



Universidade do Minho

Escola de Engenharia

Artemiso da Rosa Mendes Tavares

A presença das Instituições de Ensino Superior na web social

Dissertação de Mestrado
Mestrado em Sistemas de Informação

Trabalho efectuado sob a orientação de
Professor Pedro Pimenta

Outubro de 2013

DECLARAÇÃO

Nome: Artemiso da Rosa Mendes Tavares

Endereço eletrónico: artimiso@hotmail.com / artimiso.tavares@gmail.com

Telemóvel: 965867633

Título de Residência: 8N770615N

Título dissertação: A presença das Instituições de Ensino Superior na web social

Orientador: Professor Pedro Pimenta

Ano de conclusão: 2013

Designação do Mestrado: Mestrado em Sistemas de Informação

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO INTEGRAL DESTA DISSERTAÇÃO APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE COMPROMETE.

Universidade do Minho, ____/____/2013

Assinatura:

“As raízes do estudo são amargas, mas seus frutos são doces”.

Aristóteles

*“A maior recompensa do nosso trabalho não é o que nos pagam por ele, mas aquilo
em que ele nos transforma”.*

John Ruskin

AGRADECIMENTOS

Que outro sentimento poderia estar no meu coração nesta conquista senão de gratidão e de agradecimento, antes de tudo a Deus, que na sua transcendência se fez imanente. A vida nos ensina todos os dias e ao longo do caminho tornam-se necessários alguns ajustamentos porque nem tudo é fácil. Por isso, torna-se imperioso deixar o meu agradecimento e a minha gratidão:

Ao meu orientador, Professor Pedro Pimenta, pelo muito que me ensinou sobre o *e-learning* e as vicissitudes das plataformas da web social, pelos valiosos contributos, expresso os meus mais sinceros elogios. Admiro a sua coragem e generosidade, não só pela amabilidade que teve em proporcionar-me o apanágio de seguir o meu projeto, mas também pelo tamanho esforço que, na qualidade do meu orientador, sempre empreendeu ao longo desta caminhada, para que visse realizado, hoje, o meu projeto.

Às Instituições de Ensino Superior Portuguesas, que participaram amavelmente na realização deste estudo, curvo-me diante de vós pelas valiosas contribuições dadas.

Aos meus pais, Silvério Gomes Tavares e Manuela Mendes Moreira, pelos ensinamentos e valores que me transmitiram, que se têm revelado importantes ao longo do meu trajeto e que têm sido indispensáveis para o meu crescimento a todos os níveis: tanto humano, quanto espiritual e intelectual.

Aos meus irmãos, Ivaldino de Assis, Ivanildo de Assis e Miriam Silvia, agradeço-vos pela compreensão e amizade. Embora distante, os meus pensamentos foram sempre iluminados pela vossa presença.

À Rosa, pela motivação e inspiração nas horas de angústia e de solidão. Acredite, que os meus momentos de dúvidas e de medo foram cintilados apegando à crença de que os nossos sonhos podiam prevalecer, abraçando a esperança em vez do desespero.

Ao meu prezado amigo Abel Antunes, pelos preciosos conselhos. A todos esses contributos, tão valiosos como esplêndidos, o meu sincero agradecimento.

À Professora Ana Dias, pela sua disponibilidade em sempre prestar ajudas e esclarecimentos sobre quaisquer situações de dúvidas ou outras para que fossem solicitadas.

Nesta hora de agradecimentos seria para mim de todo injusto, não deixar uma frase de reconhecimento e agradecimentos aos meus amigos, colegas do curso, caríssimos professores, pelos ensinamentos e pela aprendizagem. Pois, quero que saibam que esta vitória constitui um motivo de regozijo.

Em suma, para ter a certeza de que não deixei alguém de fora nesta onda de nomeações, os meus agradecimentos extensivos e um obrigado a todos quantos deram o seu contributo (ainda que indiretamente) para o sucesso do presente trabalho.

Meus ternos e fraternos cumprimentos para todos.

Obrigado e bem hajam a todos!

RESUMO

A Web 2.0 veio criar uma nova perspectiva de utilização dinâmica, cooperativa, colaborativa da informação, proporcionando assim, uma mudança de paradigma no contexto e na comunicação organizacional. Para o contexto educacional, os desafios são árduos, visto que requer adequar e ajustar de uma forma criteriosa toda e qualquer informação difundida na rede, integrando frequentemente os serviços web 2.0 para o ambiente da aprendizagem.

Este estudo interpreta e analisa algumas das linhas de força orientadoras do Processo de Bolonha, e como as Instituições de Ensino Superior (IES) estão a utilizar a Web social.

Procura-se com este estudo contribuir para o crescimento do espaço do conhecimento no campo de Sistemas de Informação (SI). O estudo não aspira apresentar-se como solução definitiva para os problemas de adoção da web 2.0, mas sim, espera chamar a atenção sobre factos que podem trazer benefícios às Instituições de Ensino Superior.

Deste modo, e tendo em conta a relevância do estudo no contexto organizacional, surge este trabalho que tem como um dos principais objetivos compreender as razões que levam as IES a adotarem as plataformas da Web social. Outrossim, são identificadas as plataformas utilizadas pelas Instituições de Ensino Superior (para além do seu site institucional), apresentadas algumas métricas de adoção e utilização, e fornecidas pistas para uma reflexão crítica sobre o alinhamento entre as práticas visíveis (mais ou menos publicitadas) e os propósitos do Processo de Bolonha.

Por sua vez, estuda-se a convergência em torno das plataformas *Facebook*, *iTunes U*, *LinkedIn*, *Twitter*, *YouTube*, *Flickr*, *Slideshare*, *hi5*, *Issuu*, *Vimeo* e *Google+*, e do alinhamento da Web social com alguns propósitos do Processo de Bolonha.

Palavras-Chave: Web 2.0, Redes Sociais, Processo de Bolonha, Ensino Superior, Adoção Institucional.

ABSTRACT

Web 2.0 has created a new perspective of using dynamic, cooperative, collaborative information, thus providing a paradigm shift in context and organizational communication. In the educational context, the challenges are arduous, since it requires adapting and adjusting in a judicious way any information disseminated on the network, often integrating web 2.0 services for the learning environment.

This study interprets and analyzes some of the driving forces guiding the Bologna Process, and how Higher Education Institutions (HEIs) are using the social web.

Looking up from this study contribute to the growth of the space of knowledge in the field of Information Systems (IS). The study does not seek to present themselves as the definitive solution to the problems of adoption of web 2.0, but is expected to draw attention to events that can bring benefits to Higher Education Institutions.

Thus, taking into account the relevance of the study in the organizational context, this work arises which has as a main objective to understand the reasons why HEIs to adopt social web platforms. Furthermore, it identifies the platforms used by higher education institutions (apart from its institutional website), presented some metrics adoption and use, and suggest a critical reflection on the alignment between practices visible (more or less advertised) and the aims of the Bologna Process.

In turn, studies the convergence around the *Facebook* platform, *iTunes U*, *LinkedIn*, *Twitter*, *YouTube*, *Flickr*, *Slideshare*, *hi5*, *Issuu*, *Vimeo* and *Google +*, and alignment of the social web with some purposes of the Bologna Process.

Keywords: Web 2.0, Social Networks, Bologna Process, Higher Education, Institutional Adoption.

ÍNDICE

AGRADECIMENTOS	iv
RESUMO.....	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE DE FIGURA	x
ÍNDICE DE TABELA	xi
ACRÓNIMOS.....	xii
Capítulo I – Introdução.....	1
1.1. Enquadramento do estudo.....	1
1.2. Objetivos e Descrição do estudo.....	2
1.3. Estratégia de Investigação	4
1.4. Motivação e Pertinência do estudo	4
1.5. Organização do Documento	6
Capítulo II – Revisão da Literatura.....	7
2.1. Conceitos Básicos.....	7
2.1.1. Definições da Web 2.0	7
2.1.2. Processo de Bolonha	7
2.1.3. Ensino Superior Português	8
2.1.4. Redes Sociais.....	8
2.2. Aplicações Web 2.0 e suas Características	8
2.3. A Sociedade da Informação e do Conhecimento	10
2.4. Plataformas Web 2.0	12
2.4.1. Facebook	12
2.4.2. iTunes U.....	13
2.4.3. LinkedIn	13
2.4.4. Twitter.....	14
2.4.5. YouTube	15
2.4.6. Flickr	16
2.4.7. Slideshare	16
2.4.8. hi5.....	17
2.4.9. Issuu	18
2.4.10. Vimeo	19
2.4.11. Google +.....	20
2.5. Classificação das Plataformas da Web 2.0	21

2.6. O papel da Web 2.0 na comunicação organizacional	22
Capítulo III – Metodologia.....	24
3.1. Questão de Investigação.....	24
3.2. Método de Investigação	24
3.3. <i>CASE STUDY</i>	25
3.4. Técnicas de Recolha de Dados	26
3.4.1. Inquérito por Questionário	26
3.4.2. Instituições de Ensino Superior alvos de estudo	27
3.4.3. Observação	32
3.5. Considerações Finais	34
Capítulo IV – Trabalho Desenvolvido e Análise dos Resultados	35
4.1. Plataformas mais visíveis.....	35
4.2. Plataformas com menor visibilidade	36
4.3. Perfis das instituições de Ensino Superior nas Redes Sociais.....	37
4.4. Disposição das Plataformas da Web 2.0 no <i>site</i> das IES	52
4.5. Análise do Questionário	59
4.6. Considerações Finais	64
Capítulo V – Conclusões, Limitações e Recomendações do Estudo	66
5.1. Conclusões Finais.....	66
5.2. Limitações do Estudo	68
5.3. Recomendações Futuras	69
Referências.....	71
ANEXO A – Imagens (Print screen) das plataformas/ferramentas adotadas pelas Instituições de Ensino Superior listadas no CD-ROM	75
ANEXO B – Planeamento do Trabalho	76
ANEXO C – Carta de Questionário	78
ANEXO D – Universidade Coimbra (Plataforma iTunes U)	87
ANEXO E – Universidade Lusófona (Plataforma iTunes U).....	88
ANEXO F – Print screen das IES.....	88
ANEXO G - Métricas de utilização de plataformas da web social.....	93
ANEXO H – Grelha de Observação	114

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1 – Página Inicial do <i>Facebook</i> (Novembro de 2012)	13
Figura 2 – iTunes U (Novembro de 2012)	13
Figura 3 – Página do <i>LinkedIn</i> (Novembro de 2012)	14
Figura 4 – Página Inicial do <i>Twitter</i> (Novembro de 2012)	15
Figura 5 – Página do <i>YouTube</i> (Novembro de 2012)	16
Figura 6 – Página inicial do <i>Flickr</i> (Novembro de 2012)	16
Figura 7 – Página inicial do <i>Slideshare</i> (Novembro de 2012)	17
Figura 8 – Página inicial do hi5 (Novembro de 2012)	18
Figura 9 – Página inicial do <i>Issuu</i> (Novembro de 2012)	19
Figura 10 – Página inicial do <i>Vimeo</i> (Novembro de 2012)	20
Figura 11 – Página inicial do <i>Google+</i> (Novembro de 2012)	21
Figura 12 – ISCIA: Instituto Superior de Ciências da Informação e Administração (Fevereiro de 2013)	53
Figura 13 – ISVOUGA (Fevereiro de 2013)	53
Figura 14 – IPAM: THE MARKETING SCHOOL (Fevereiro de 2013)	54
Figura 15 - Instituto Politécnico de Beja (Fevereiro de 2013)	54
Figura 16 - Universidade Católica Portuguesa de Braga (Fevereiro de 2013)	55
Figura 17 - Universidade da Beira Interior (Fevereiro de 2013)	55
Figura 18 - Universidade de Coimbra (Fevereiro de 2013)	56
Figura 19 - Universidade de Algarve (Fevereiro de 2013)	56
Figura 20 - Instituto Politécnico de Leiria (Fevereiro de 2013)	57
Figura 21 - ESAD Matosinhos (Fevereiro de 2013)	57
Figura 22 - IPA: Instituto Superior Autónomo de Estudos Politécnicos	58
Figura 23 - Universidade Lusíada de Lisboa (Fevereiro de 2013)	58
Figura 24: Gráfico de Gantt das Atividades do Projeto de Dissertação	77
Figura 25: IPAM – The Marketing School	89
Figura 26: Universidade da Beira Interior	89
Figura 27: Instituto Politécnico de Guarda	89
Figura 28: Instituto Politécnico de Beja	90
Figura 29: Instituto Superior de Ciências da Informação e da Administração	90
Figura 30: IPAM – The Marketing School	91
Figura 31: Academia Nacional Superior de Orquestra	91
Figura 32: Instituto Politécnico de Beja	92
Figura 33: Escola Superior de Artes e Design	92
Figura 34: Universidade da Beira Interior	93

ÍNDICE DE TABELA

Tabela 1: Da Web 1.0 à Web 2.0 (O'Reilly, 2005).....	9
Tabela 2 – Classificação das plataformas da Web 2.0.....	22
Tabela 3 – Fontes de Dados	25
Tabela 4 - Guião do Questionário 1	26
Tabela 5-Guião do Questionário 2.....	27
Tabela 6: Lista das IES contactadas que usam as plataformas da Web 2.0.....	27
Tabela 7: Lista das IES contactadas que não usam as plataformas da Web 2.0	31
Tabela 8: Método de observação (Métricas)	33
Tabela 9 - Análise/Resumo das respostas ao questionário da UBI e ESAD – Matosinhos...	59
Tabela 10: Planeamento das Atividades do Projeto de Dissertação.....	76

ACRÓNIMOS

Neste documento encontram-se os acrónimos, enquanto abreviaturas de designação comuns, apresentadas na sua primeira utilização e empregues ao longo de todo o documento. Os acrónimos utilizados são:

EEES	Espaço Europeu de Ensino Superior
GCI	Gabinete de Comunicação e Imagem
IES	Instituições de Ensino Superior
NDLTD	<i>Networked Digital Library of Theses and Dissertations</i>
RAACP	Repositório Científico de Acesso Aberto de Portugal
SI	Sistemas de Informação
TIC	Tecnologias de Informação e da Comunicação

Capítulo I – Introdução

1.1. Enquadramento do estudo

O Ensino Superior Europeu encontra-se em fase de consolidação do “Processo de Bolonha”, iniciado há cerca uma década atrás (Bologna Declaration, 1999). A mais recente declaração política no âmbito do processo de Bolonha (Budapest-Vienna Declaration, 2010) reitera um conjunto de pontos que têm norteado as mudanças em causa:

- (...) mobilidade dos estudantes através de um reconhecimento simplificado e justo das suas qualificações, (...) [de modo a permitir] o mais adequado percurso educativo.
- Numa parceria única entre organismos públicos, instituições de ensino superior, estudantes e funcionários, assim como empregadores, instituições de controlo de qualidade, organizações internacionais e instituições europeias, (...).
- O Processo de Bolonha e a resultante Área de Ensino Superior Europeia (...) despertaram considerável interesse em outras regiões do Globo (...). (...) espera-se intensificar o nosso diálogo político e cooperação com parceiros em todo o mundo.
- Compromete-se em (...) promover a mobilidade de estudantes e funcionários, a melhorar o ensino e a aprendizagem, (...) [e a] comunicação e compreensão do processo de Bolonha, por todas as partes interessadas e a sociedade como um todo.
- Apela-se a todos os intervenientes para contribuírem para um ambiente de ensino/aprendizagem inspirador e promotor da aprendizagem centrada no aluno, como forma de capacitá-lo em todas as vertentes da sua educação, fornecendo a melhor solução para percursos de aprendizagem sustentados e flexíveis.

Dos treze pontos da Declaração de Budapeste-Viena, os cinco citados acima cruzam-se, com conceitos, funcionalidades ou consequências da “web 2.0”, como

sejam: i) partilha global de informação e ii) perspetivas globais, holísticas, de ensino/aprendizagem que, por sua vez, promovem o iii) ensino/aprendizagem aberto e flexível, iv) a compreensão do processo de Bolonha e, consequentemente, a v) mobilidade.

A introdução de Tecnologias de Informação e da Comunicação (TIC) em ambientes educacionais apresenta grandes desafios. Esta introdução desafia as Instituições de Ensino Superior a interagirem de forma autónoma e criativa no processo ensino-aprendizagem.

Na mesma linha de raciocínio e tal como infere o autor (Greenhow, 2007), “a filosofia da Web 2.0 distingue-se pela facilidade na publicação e rapidez no armazenamento de textos e ficheiros, ou seja, o objetivo principal é tornar a web um ambiente social e acessível a todos os utilizadores, um espaço onde cada um seleciona e controla a informação de acordo com as suas necessidades”.

Os conceitos de web 2.0 e de web social têm-se convergido - e têm-se operacionalizado - num conjunto de plataformas descentralizadas e, em muitos casos, parcialmente desreguladas, centradas no indivíduo, de acesso livre e gratuito (pelo menos a um conjunto de funcionalidades básicas), democratizador e, na sua génese, des-institucionalizante do acesso aos serviços prestados.

A exploração das plataformas da web social visa sobretudo promover os serviços online baseados em conteúdos digitais partilhados para toda a comunidade académica. É imperativo afirmar que o surgimento das plataformas da web 2.0, preconizou mudanças educativas significativas nas Instituições de Ensino Superior, pelo que urge pensar sobre os desafios de como melhor integrar as práticas e ferramentas da web 2.0 no processo de ensino-aprendizagem.

Neste sentido, e reconhecendo a pertinência do estudo, considerou-se que seria importante conhecer os contextos e práticas de utilização dos serviços da Web 2.0 por parte das Instituições de Ensino Superior, mormente na sua esfera institucional.

1.2. Objetivos e Descrição do estudo

Constitui o objetivo primordial do estudo responder à questão de Investigação, ou seja, como estão as Instituições de Ensino Superior a utilizar e a apropriar-se das ferramentas / Plataformas da web 2.0?

Propõe-se testar as hipóteses e tentar encontrar respostas para este problema de investigação. Pretende-se, através de uma revisão literária criar um modelo apropriado que identifique os fatores que afetam as IES na adoção das plataformas da Web social. Outrossim, este estudo consistiu num levantamento, através de inquérito por entrevista, referentes às práticas de utilização dos serviços e recursos da Web 2.0 pelas Instituições de Ensino Superior no contexto académico e social.

Este trabalho de investigação poderá ser relevante, na medida em que irá propiciar o desenvolvimento de um conjunto de ações que se poder-se-á traduzir em propostas para as Instituições do Ensino Superior (IES) utilizarem com maior eficácia as plataformas da web social. Nesse âmbito e no sentido de se compreender e antecipar as dinâmicas de utilização/adoção/abandono, torna-se necessário criar uma referência para a caracterização, *benchmarking* e elicitação das melhores práticas, que possam servir de otimização do esforço das Instituições do Ensino Superior que pretendam melhorar a utilização atual, ou de orientação dos esforços das que planeiam e/ou iniciam agora a exploração destas plataformas.

O objetivo adicional da investigação é diversificar, aprofundar e melhorar a reflexão, métodos e resultados dos trabalhos apresentados em "A presença das Instituições de Ensino Superior na web social".

O referido objetivo primordial concretiza-se nos seguintes objetivos específicos:

1. Espera-se conseguir uma melhor compreensão do contexto de adoção da web social pelas Instituições de Ensino Superior;
2. Fornecer um conjunto de propostas fundamentadas de melhoria da grelha de observação utilizada no trabalho citado;
3. Aprofundar o trabalho já realizado;
4. Contribuir para a definição de "Boas práticas" para o processo de adoção de tecnologia em estudo;
5. Propor indicadores para as Instituições de Ensino Superior, fornecendo pistas às que planeiam e/ou iniciam agora a exploração institucional destas plataformas.

1.3. Estratégia de Investigação

Para o presente estudo, utilizou-se alguns métodos e estratégias de pesquisa, métodos esses que permitem obter os resultados mais relevantes para a pesquisa realizada.

Na seleção das referências, pretende-se selecionar os autores conceituados na área, abalizados, e focar nos temas atuais. Para o estudo interessa mormente artigos científicos, revistas, livros que abordam assuntos sobre a temática numa perspectiva de adoção Institucional das Plataformas da Web 2.0.

Para a estratégia de pesquisas foram definidas 5 palavras-chave: “web 2.0”, “Redes Sociais”, “Processo de Bolonha”, “Ensino Superior”, “Adoção Institucional”. Estes termos foram utilizados tanto em inglês como em português e foram procurados sobretudo no título, resumo e corpo dos documentos referentes às fontes bibliográficas como livros, artigos, dissertações, relatórios científicos e outras publicações relevantes sobre a adoção das plataformas da Web social. Para realizar a pesquisa bibliográfica utilizou-se como recursos na Internet, os seguintes serviços: os repositórios de documentos científicos, *ISI Web of Knowledge*, *Scopus*, *Google Scholar*, *RCAAP*, *Driver*, *NDLTD*. Na seleção das referências, utilizou-se parâmetros delimitadores, possíveis em algumas bases de dados, tais como escolher uma data específica ou período temporal, optar por um documento em determinada língua. Na escolha das referências, deu-se maior primazia ao número de citação de artigos, às datas de publicações e a relevância do autor no assunto.

1.4. Motivação e Pertinência do estudo

A escolha do tema coincidiu com a vontade de se refletir sobre aspetos importantes, em constante crescimento e pouco evidenciado no âmbito da presença das Instituições de Ensino Superior na web social.

Procura-se com este estudo contribuir para o crescimento do espaço do conhecimento no campo de Sistemas de Informação (SI). O estudo não aspira apresentar-se como solução definitiva para os problemas de adoção das ferramentas da web 2.0, mas sim, espera chamar a atenção a factos que podem trazer benefícios às IES. No decurso deste estudo algumas questões foram surgindo e que serviram de motivação base para acompanhar as soluções adotadas pelas IES. Estas questões apresentam-se nos seguintes moldes:

- a) Porque estão as IES a utilizar a web social? Com que propósitos? Com que objetivos?
- b) Quem, dentro das IES, tem representatividade para utilizar as redes sociais de forma institucional?
- c) Como avaliam as IES a utilização que fazem das redes sociais?
- d) Que impacto tem essa utilização no (s) Sistema (s) de Informação que a Instituição usava anteriormente?
- e) Que novas competências ou perfis profissionais estão a emergir desta situação?
- f) Que perfis de utilização se podem definir?
- g) Que propostas podem ser explicitados para as IES que já utilizam as redes sociais?
- h) Que propostas podem ser explicitados para as IES que ainda não exploram as redes sociais?

1.5. Organização do Documento

Nesta secção, descreve-se a organização deste documento e de forma sucinta explica-se os cinco capítulos que o constituem.

No **capítulo 1**, faz-se um breve enquadramento do estudo, evidenciando os objetivos e descrição do estudo, bem como a motivação e pertinência da sua realização.

No **capítulo 2**, apresentam-se definições de conceitos básicos para o estudo e procede-se à revisão da literatura no que se refere à Web 2.0 e às plataformas da web social.

No **capítulo 3**, descreve-se o método utilizado para abordar o problema de investigação, nomeadamente a realização de um Inquérito sob a forma de questionário, seguindo-se a apresentação das técnicas que serão utilizadas para a recolha de dados.

O **capítulo 4** incide na descrição do trabalho realizado e procede-se à análise dos resultados obtidos.

Conclui-se com o **capítulo 5**, no qual se apresentam as principais conclusões do estudo, reflexões finais evidenciando as limitações do estudo e mormente o trabalho futuro.

Capítulo II – Revisão da Literatura

No presente capítulo, constitui objetivo proceder à revisão da literatura relevante que fundamenta este projeto de investigação.

2.1. Conceitos Básicos

Procede-se nesta secção a explanação de conceitos que se consideram essenciais e que servirão de suporte para este projeto de investigação.

2.1.1. Definições da Web 2.0

Neste contexto, a web 2.0 consiste numa segunda geração de comunidades e serviços, tendo como conceito a "web como plataforma", envolvendo *wikis*, aplicativos baseados em redes sociais e Tecnologia de Informação (O'Reilly, 2005).

“Web 2.0 é a mudança para uma internet como plataforma, e um entendimento das regras para obter sucesso nesta nova plataforma. Entre outras, a regra mais importante é desenvolver aplicativos que aproveitem os efeitos de rede para se tornarem melhores quanto mais são usados pelas pessoas, aproveitando a inteligência coletiva” (O'Reilly, 2005).

No âmbito deste trabalho de dissertação, revelaram-se particularmente importantes os assuntos das redes sociais e das plataformas de partilha de conteúdos.

2.1.2. Processo de Bolonha

O Processo de Bolonha corresponde ao propósito da construção do Espaço Europeu do Ensino Superior, coeso, competitivo e atrativo para docentes e discentes.

A Declaração de Bolonha tem como objetivo tornar inteligíveis e comparáveis as formações ministradas no ensino superior nos diversos países que a subscreveram.

Subscrita em 1999 (Bologna Declaration, 1999), por 29 estados europeus (hoje, 45 estados europeus já a subscreveram), visava a constituição, até 2010 do Espaço Europeu de Ensino Superior (EEES). Este espaço deverá ser caracterizado globalmente pelo seguinte:¹

- Um sistema de graus académicos comparável e compatível;

¹ http://www.ipleiria.pt/portal/ipleiria?p_id=6859

- Dois ciclos de estudo de pré-doutoramento;
- Sistema de créditos;
- Suplemento ao diploma.

2.1.3. Ensino Superior Português

O ensino superior português compreende o ensino universitário e o ensino politécnico. O ensino universitário é ministrado em instituições universitárias públicas e privadas e o ensino politécnico em instituições de ensino superior não universitárias públicas e privadas. Os estabelecimentos de ensino privado obtêm reconhecimento prévio do Ministério da Educação e Ciência. A rede de ensino superior integra ainda uma instituição de ensino concordatário².

2.1.4. Redes Sociais

De acordo com o autor (O'Reilly, 2005), “as redes sociais representam a segunda geração de comunidade e serviços, que visa centrar a web como uma plataforma que aproveita o efeito de rede”.

Por outro lado, outros autores (Pettenati & Ranieri, 2006) (Brandtzaeg & Heim, 2007) “descrevem as redes sociais como um conjunto de ferramentas de colaboração social. No fundo, são aplicações que suportam um espaço comum de interesses, necessidades e metas comuns para a colaboração, a partilha do conhecimento, a interação e a comunicação”.

2.2. Aplicações Web 2.0 e suas Características

Novos espaços e contextos de construção do conhecimento têm surgido e continuarão a surgir e as IES têm de estar preparadas para as mudanças que ocorrem em todos os âmbitos da sociedade. É pois, necessário adotar/explorar as ferramentas da Web 2.0 e os dispositivos móveis como ferramentas de aprendizagem, tirando partido das potencialidades de ambos.

As tecnologias Web 2.0 e a Internet, fazem parte do dia a dia de toda comunidade educativa e, cada vez mais, as IES procuram acompanhá-los utilizando

² <http://dges.mctes.pt>

tecnologias e ferramentas da Web em atividades de interação com os conteúdos e com os parceiros dos processos de aprendizagem.

São diversos os desafios que hoje em dia são colocados às IES. Entende-se assim, segundo o autor (Anderson, 2007) que descrever a Web 2.0 é ter como referência um grupo de tecnologias/serviços associadas a termos como: *blogs*, *wikis*, *podcasts*, redes sociais, *RSS feeds*, etc., ou seja, aplicações que potenciam e facilitam a conexão da sociedade à Web onde todos são capazes de publicar, monitorizar e editar todas as informações. Neste sentido, “quando se fala da Web 2.0 refere-se não só a uma combinação de técnicas e tecnologias informáticas, mas também a um determinado período tecnológico, a um conjunto de novas estratégias metodológicas e a processos de comunicação mediados pelo computador. A Web 2.0 tem repercussões sociais importantes, que potenciam processos de trabalho coletivo, de troca afetiva, de produção e circulação de informações, de construção social de conhecimento apoiada pelas TIC” (Patrício, Gonçalves, & Carrapatoso, 2008).

As ferramentas da Web 2.0 tem vindo a ser explorado em diferentes contextos, porém, de acordo com o autor (Mazman & Usluel, 2009), “deve-se avaliar as potencialidades de contextos espontâneos e informais que ocorrem na Internet. Pois a e-aprendizagem informal, em virtude da utilização generalizada de redes sociais, está a despertar grande atenção por parte dos utilizadores, podendo proporcionar várias vantagens para o contexto educacional, como a personalização, a colaboração, a partilha de informação, a participação ativa e o trabalho colaborativo”.

Na mesma linha de raciocínio, o autor (O'Reilly, 2005) num artigo sobre a Web 2.0, sugere as palavras-chave que caracterizam a Web 1.0 e a Web 2.0, fazendo alusão numa comparação evolutiva entre esses dois conceitos, representada na Tabela 1.

Tabela 1: Da Web 1.0 à Web 2.0 (O'Reilly, 2005)

Web 1.0	Web 2.0
Double click	Google Adsense
Ofoto	Flickr

Akamai	BitTorrent
MP3.com	Napster
Britannica Online	Wikipedia
Personal websites	Blogging
Evite	Upcoming org. and EVDB
Domain name speculation	Search engine optimization
Page views	Cost per click
Screen scraping	Web services
Publishing	Participation
Content management systems	Wikis
Directories (taxonomy)	Tagging ("folksonomy")
Stickiness	Syndication

A visão centrada e estática da Web 1.0 passou a ser encarada como uma plataforma dinâmica na Web 2.0. Surgiram, inevitavelmente serviços baseados no conceito de partilha, outrossim, a facilidade em partilhar e publicar conteúdos marca a passagem da Web 1.0 à Web 2.0. Propõe que a comunidade online seja um espaço de colaboração dinâmica e de transmissão da informação e do conhecimento. O processo de interação social é veiculado pelas plataformas como o YouTube, hi5, *Delicious*, *Ning*, *Facebook*, *Slideshare*, etc.

2.3. A Sociedade da Informação e do Conhecimento

A evolução para a sociedade da informação e do conhecimento configura novos contextos e novos desafios para as instituições do Ensino Superior. Uma utilização correta dos serviços da Web 2.0 a nível institucional pressupõe um maior controlo na forma como as IES regulam as informações. É imperativo delinear uma estratégia produzida por cada instituição sobre os princípios que regulam a utilização da própria Web 2.0, assim poder-se-á melhorar e tirar proveito da utilização de uma plataforma com as características do *Facebook*, do *Twitter*, etc.

A comunicação e a aprendizagem em rede, constitui uma mudança no processo de transmissão e desenvolvimento de novos paradigmas da sociedade atual.

Segundo o (Castells, 2002), “a sociedade da Informação é um conceito utilizado para descrever uma sociedade e uma economia que faz a utilização possível das Tecnologias de Informação e da Comunicação no sentido de lidar com a informação”. No seguimento deste conceito sobre a sociedade da informação, o mesmo autor (Castells, 2002), infere que um dos principais desafios da sociedade e da comunicação em rede prende-se com a capacidade de construção de conhecimento e de processamento da informação por cada indivíduo.

Na mesma linha de raciocínio, os autores (Gouveia L. & Gaio S., 2004) entendem que a sociedade da informação é “uma sociedade que recorre nas suas interações predominantemente ao digital com o recurso às Tecnologias da Informação e Comunicação”. Segundo estes autores (Gouveia L. & Gaio S., 2004), a sociedade da informação comporta as seguintes características: i) utilização da informação como recurso estratégico; ii) utilização ativa das tecnologias da informação e da comunicação; iii) baseado na interação entre indivíduos e instituições com o crescente uso digital; iv) organizado em rede.

Por conseguinte, a economia e a sociedade do conhecimento surgem da combinação de quatro elementos interdependentes:

1. a produção do conhecimento, principalmente pela investigação científica;
2. a sua transmissão através da educação e da formação;
3. a sua divulgação com as tecnologias da informação e da comunicação;
4. a sua exploração através da inovação tecnológica.

Assente nesta abordagem, surgem novos modos de produção, transmissão e exploração dos conhecimentos, que têm por efeito associar um maior número de intervenientes, comumente interligados em redes num contexto cada vez mais internacionalizado³.

³ Comissão das Comunidades Europeias COM (2003). *O papel das universidades na Europa do conhecimento*. Bruxelas, 58

2.4. Plataformas Web 2.0

Descrevem-se nesta secção, as plataformas da web 2.0 que serviram de observação direta no estudo.

Nesta medida, contextualizar-se-á cada ferramenta/plataforma, explicando as suas práticas de utilização. A descrição converge em torno do *Facebook*, *iTunes U*, *LinkedIn*, *Twitter*, *YouTube*, *Flickr*, *Slideshare*, *hi5*, *Issuu*, *Vimeo* e *Google+*. De realçar ainda que, embora conhecendo estas plataformas, optou-se por exemplificá-los em forma de imagem – *Print screens*. Os *Print screens* propõem uma relação direta com as ferramentas em estudo, servindo-se assim de instrumento para memórias futuras.

2.4.1. Facebook

O *Facebook* é, atualmente a rede social mais utilizada em todo o mundo, atingindo recentemente a marca de mil milhões de utilizadores. Pretende ser um espaço de socialização, partilha, interação e discussão de ideias e temas de interesse comum. Criado a 4 de Fevereiro de 2004 por Mark Zuckerberg e alguns colegas, estudantes da Universidade de Harvard, na altura o objetivo era criar um site para que pudessem comunicar entre si, partilhar informação académica, enviar mensagens e publicar fotografias. A missão do *Facebook* é oferecer privilégios aos utilizadores de partilhar informações e torná-los mais abertos e próximos. A utilização do *Facebook* atinge toda a esfera social, para além das pessoas, empresas, organizações, governos, etc., usam esta rede social para promoverem as suas ideias, seus serviços, ou seja, para promover o marketing social⁴, (ver Figura 1).

⁴ <http://www.facebook.com>



Figura 1 – Página Inicial do *Facebook* (Novembro de 2012)

2.4.2. *iTunes U*

O *iTunes U* é uma *app*⁵ gratuita que permite organizar, ouvir música e ver vídeos no computador. É uma plataforma que permite partilha de conteúdos audiovisuais, seja no ambiente do computador pessoal, seja na transferência dos conteúdos para dispositivos móveis, como o *iPod*, *iPhone*, *iPad* ou *iTouch*⁶, (ver Figura 2).

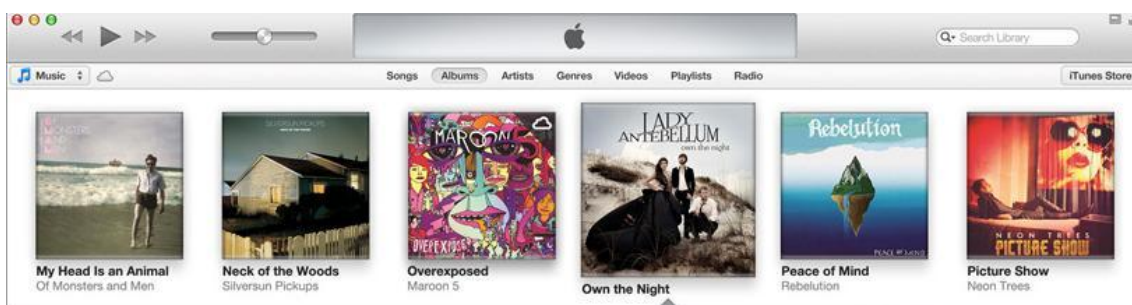


Figura 2 – *iTunes U* (Novembro de 2012)

2.4.3. *LinkedIn*

O *LinkedIn* é uma rede social de negócios, co-fundado pelo Reid Hoffman, lançado oficialmente no dia 5 de Maio de 2003. Uma das premissas é estabelecer conexões com profissionais qualificados e experientes do mundo inteiro.

⁵ Software de aplicação – Trata-se de um programa de computador

⁶ <http://www.apple.com/itunes/>

Outrossim, é usado pelos estudantes, executivos e empreendedores⁷, (ver Figura 3).



Figura 3 – Página do *LinkedIn* (Novembro de 2012)

2.4.4. *Twitter*

Criado em 2006 por Jack Dorsey, *Twitter* é uma rede social e servidor para *microblogging*. Permite aos utilizadores enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos e os textos são conhecidos como *tweets*. Pretende ser uma rede de informação em tempo real que conecta os utilizadores através de opiniões, ideias, notícias de interesse comuns. O *Twitter* disponibiliza ferramentas como o *retweet*, que consiste em replicar uma mensagem e *trending topics*, que são uma lista de tópicos em tempo real das palavras mais publicados no Twitter⁸, (ver Figura 4).

⁷ <http://www.linkedin.com>

⁸ <http://twitter.com/>

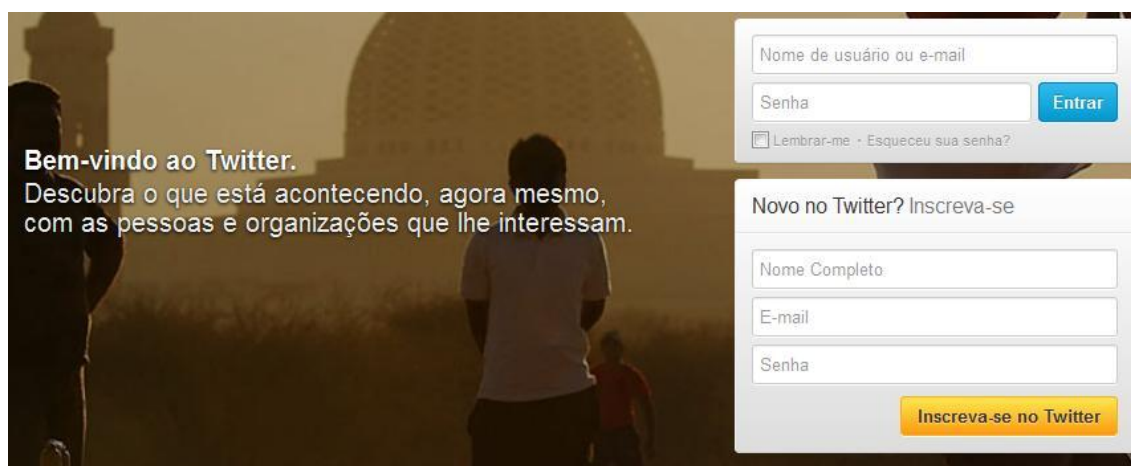
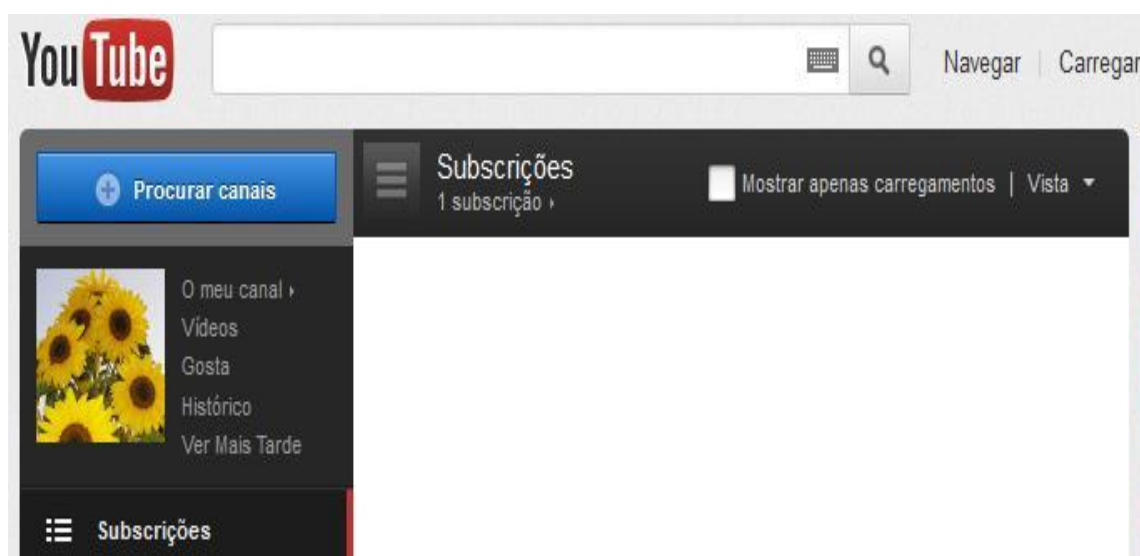


Figura 4 – Página Inicial do *Twitter* (Novembro de 2012)

2.4.5. YouTube

O *YouTube* foi criado em 2005, por Steve Chen, Chad Hurley e Jawed Karim, com o objetivo de possibilitar a partilha de vídeos. É utilizado no formato *Adobe Flash*, para partilhar conteúdo audiovisual como excerto de filmes, programas televisivos, videoclipes, conteúdo amador, etc. O material disponibilizado não pode ter copyright e não deve exceder os 100MB. Em março de 2008, o *YouTube* criou o “*YouTube Insigth*” que possibilita a qualquer utilizador com uma conta no portal, o acesso a dados estatísticos detalhados sobre vídeos que publica, o que aumentará a popularidade do mesmo. Antes, a página só permitia conhecer o número de vezes que o vídeo foi visualizado⁹, (ver Figura 5).



⁹ <http://www.youtube.com/>

Figura 5 – Página do *YouTube* (Novembro de 2012)

2.4.6. Flickr

Desenvolvido por Caterina Fake e Stewart Butterfield para a empresa *Ludicorp*, o *Flickr* surge em 2004. Esta ferramenta permite carregar, partilhar imagens, desenhos, ilustrações e fotografias. Sendo uma das ferramentas da Web 2.0 e um das melhores aplicações *online* para gestão e partilha de conteúdos, o *Flickr* tem como solução tornar colaborativo o processo de organização de fotos e vídeos. No *Flickr*, além de muitas funcionalidades, os utilizadores podem criar álbuns de fotos que podem ser vistos em diferentes locais do mundo¹⁰, (ver Figura 6).



Figura 6 – Página inicial do *Flickr* (Novembro de 2012)

2.4.7. Slideshare

Lançado em 2006, *Slideshare* é a maior comunidade do mundo para partilha de apresentações, conta com 60 milhões de visitantes por mês e 130 milhões de visualizações. Além de apresentações, *Slideshare* também suporta documentos, PDF's, vídeos, conferências, etc. *Slideshare* é um veículo para a criação de redes e de comunicações de carácter pessoal, a nível de organizações e empresas, permitindo assim, incorporar *blogs* e sites. *Slideshare* apresenta uma expressiva comunidade profissional e educativa que diariamente disponibilizam conteúdos,

¹⁰ <http://www.flickr.com/>

fazem comentários, estas informações são partilhadas de forma “viral” através de blogs, redes sociais como *LinkedIn*, *Facebook* e *Twitter*¹¹, (ver Figura 7).

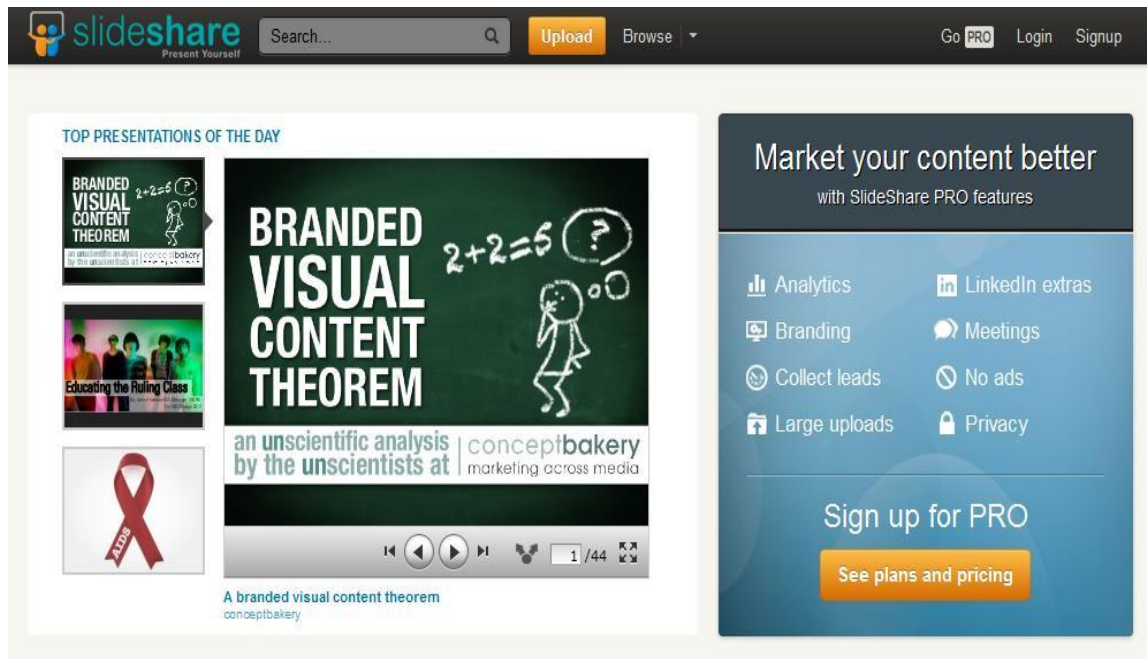


Figura 7 – Página inicial do *Slideshare* (Novembro de 2012)

2.4.8. *hi5*

Fundada em 2003 por Ramu Yalamanchi e lançado em 2004, o *hi5* é uma rede social virtual de convivência social e de partilha de interesses comuns. O *hi5* permite criar uma página pessoal, descrevendo as informações pessoais, partilhar imagens. Permite criar álbuns de fotos, instalar leitor de multimédia, criar relações de amizades agrupados por interesses comuns, conhecer novos amigos através de jogos virtuais¹², (ver Figura 8).

¹¹ <http://www.slideshare.net/>

¹² <http://www.hi5.com/>



Figura 8 – Página inicial do hi5 (Novembro de 2012)

2.4.9. Issuu

Criado em 2006 e lançado em 2007, o *Issuu* é uma plataforma de publicação digital que permite a visualização realista de conteúdos carregados, como livros, edições de revistas, jornais, etc. Conta com 52 milhões de leitores mensais e uma publicação mensal de 210 mil de conteúdos. O *Issuu* pretende sensibilizar as pessoas, empresas, organizações, instituições a publicarem os seus conteúdos em todas as plataformas digitais. Outrossim, o *Issuu* integra com os sites das redes sociais para melhor promover o conteúdo publicado¹³, (ver Figura 9).

¹³ <http://issuu.com/>

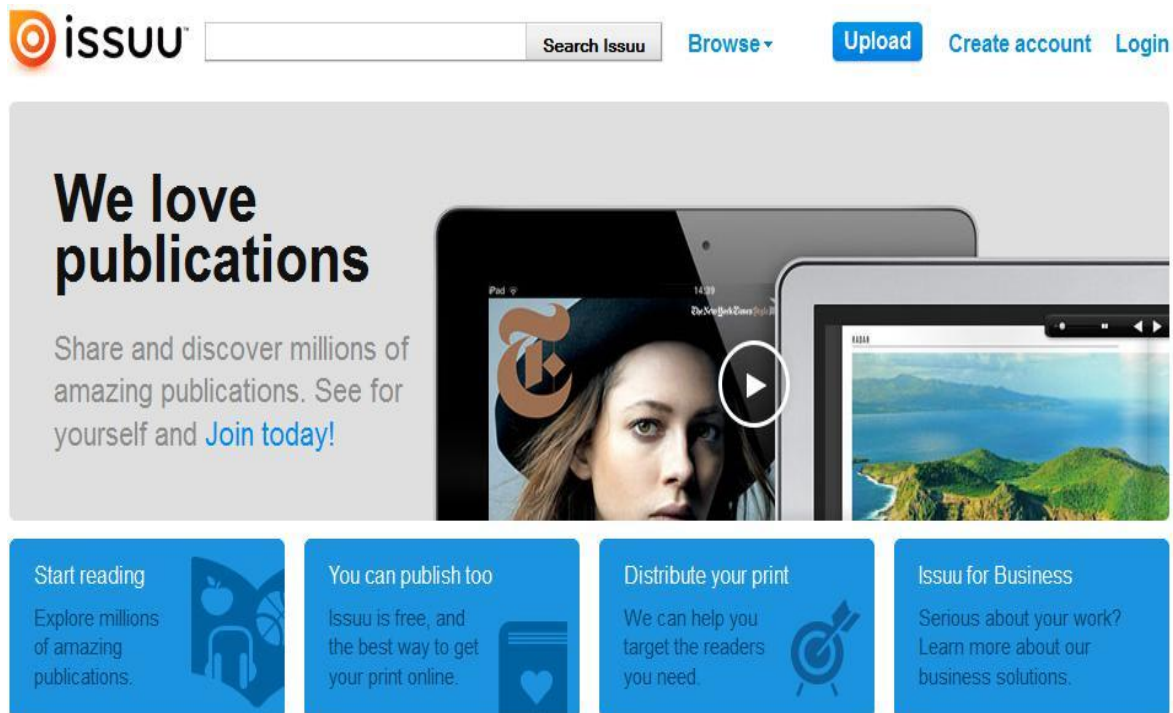


Figura 9 – Página inicial do *Issuu* (Novembro de 2012)

2.4.10. *Vimeo*

Fundada em 2004 por um grupo de cineastas, *Vimeo* é uma plataforma de partilha de vídeos. Permite partilhar trabalhos criativos e momentos pessoais das pessoas. Atualmente, milhões de utilizadores em todo mundo, usam o *Vimeo* para publicar e divulgar trabalhos nas categorias de animação gráfica, dos documentários, de curta-metragens e áreas afins. Dispõe de uma interface simples, prático e fácil de usar¹⁴, (ver Figura 10).

¹⁴ <http://vimeo.com/>

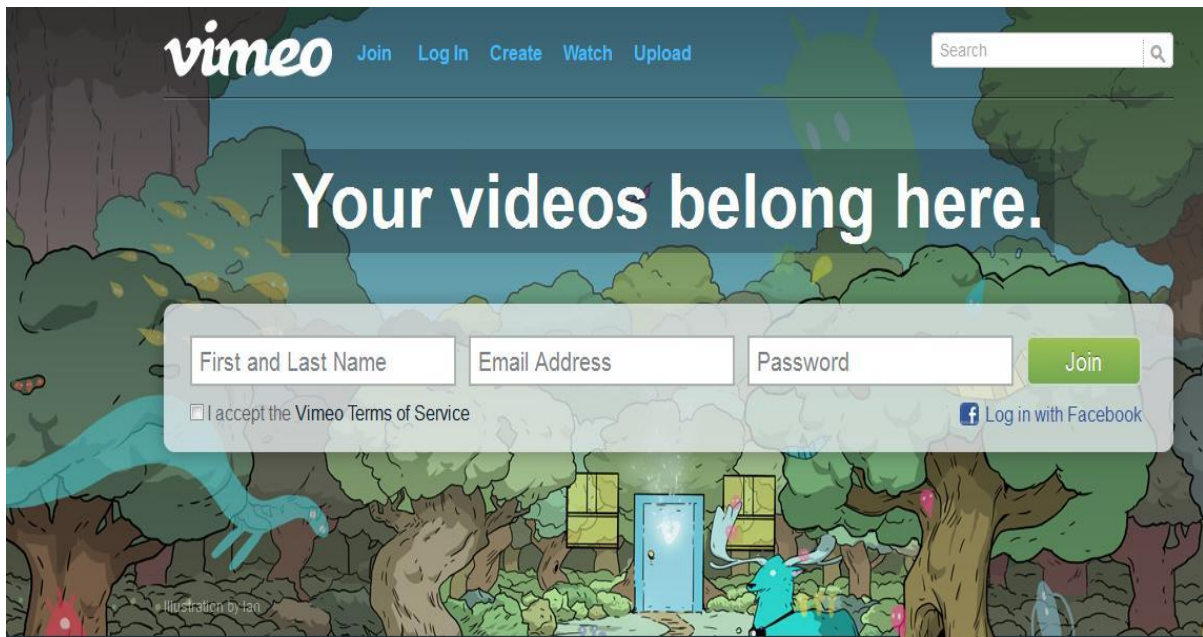


Figura 10 – Página inicial do *Vimeo* (Novembro de 2012)

2.4.11. Google +

Lançado em Junho de 2011, o Google+ é uma rede social que se encontra em fase de testes por convite. Agrega serviços do Google como Google Contas e incorpora algumas características, como *Círculos* (grupos de amigos), *Sparks* (sugestões do conteúdo), *Hangouts* (videoconferência em grupo), *Huddles* (chats em grupo), *Mobile* (versão móvel do sistema), *Instant upload* (serviço automático), *Location* (serviço de localização)¹⁵, (ver Figura 11).

¹⁵ <http://plus.google.com/>

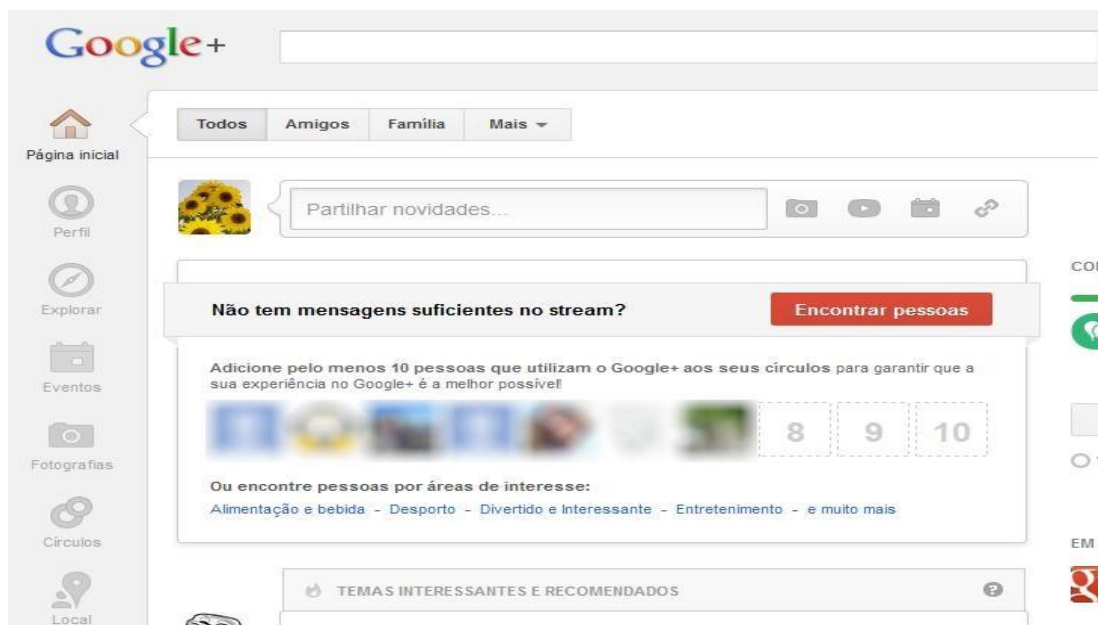


Figura 11 – Página inicial do *Google+* (Novembro de 2012)

2.5. Classificação das Plataformas da Web 2.0

Descreve-se nesta secção a classificação das plataformas em estudo, que se encontra dividido em três categorias: Redes Sociais, Partilha e *Microblog*, (ver Tabela 2):

1. A categoria de Redes Sociais, refere-se às plataformas cujo processo é construir redes e relação entre um grupo de pessoas com um interesse comum. Fazem parte desta categoria: o *facebook*, o *LinkedIn*, o *hi5* e o *Google +*;
2. Na categoria de Partilha, incluem-se as plataformas de partilha e publicação de vídeos; partilha de documentos (*power point*, *pdf*); partilha de fotos, criação de álbuns; partilha de conteúdos audiovisuais; publicação digital, etc. Fazem parte desta categoria: o *iTunes U*, o *YouTube*, o *Flickr*, o *Slideshare*, o *Issuu* e o *Vimeo*;
3. Na terceira e última categoria, inclui-se o serviço de *microblogging* para partilhar o momento. Faz parte desta categoria: o *Twitter*.

Tabela 2 – Classificação das plataformas da Web 2.0

	Redes Sociais	Partilha	Microblog
Facebook	X		
iTunes U		X	
LinkedIn	X		
Twitter			x
Youtube		X	
Flickr		X	
Slideshare		X	
Hi5	X		
Issuu		X	
Vimeo		X	
Google +	X		

2.6. O papel da Web 2.0 na comunicação organizacional

Nesta secção analisar-se-á o papel que a Web 2.0 desempenha na comunicação organizacional e institucional, preconizando a mudança de paradigma na forma de comunicar.

As plataformas da Web 2.0 constituem uma poderosa ferramenta para a divulgação de informações. Estas mudanças estão assentes na noção de que as tecnologias da Web 2.0 estão a conduzir para diferentes formas de comunicar, de produção de informação, e conhecimento, permitido difundir diversas ofertas e oportunidades na comunidade educativa.

Encontra-se disponível uma grande variedade de ferramentas da Web 2.0. O *Facebook*, *iTunes U*, *LinkedIn*, *Twitter*, *YouTube*, *Flickr*, *Slideshare*, *hi5*, *Issuu*, *Vimeo* e *Google+* são apenas alguns exemplos. A este pressuposto, junta-se o fato de cada vez mais as instituições de Ensino Superior pautarem pela adoção destas ferramentas para comunicar e interagir com a comunidade académica.

As IES disponibilizam um conjunto de serviços online baseados em conteúdos digitais e partilhados abertamente para toda a comunidade, dando ênfase à publicação e partilha de informações numa diversidade de contextos. O objetivo é promover a política de comunicação, marketing e imagem, fortalecendo

a representação interior e exterior de cada IES. Pretende-se comunicar de uma forma rápida e eficaz, assegurando que a informação chega a todos os utilizadores. Neste âmbito, seguem-se alguns exemplos de conteúdos partilhados pelas IES nas plataformas da Web 2.0:

- a) **Divulga-se** aberturas de cursos, seminários, aulas, *workshops*, conferências, exposições, simpósios, intercâmbios, fóruns, tertúlias, colóquios, eventos culturais/académicos, jornadas de investigação científicas nacionais e internacionais, palestras, debates, congressos, sessões de formação, jornadas de empreendedorismo, discursos, concursos, reportagens, documentários, spots publicitários, galas de mérito, publicação de eventos, ações de formações, etc.;
- b) **Publica-se** vídeos. A plataforma que surge numa exponencial evolução é o YouTube. As IES optam cada vez mais, por ter um canal oficial para divulgação de toda a oferta educativa.

Capítulo III – Metodologia

Segundo o autor (Winberg, 1999) a metodologia refere-se a um conjunto de métodos, procedimentos e técnicas usados para recolher dados e analisar informação de forma adequada e precisa.

3.1. Questão de Investigação

O objeto de estudo é a utilização e apropriação das ferramentas/plataformas da Web 2.0 pelas instituições de Ensino Superior.

3.2. Método de Investigação

Num estudo que se pretende ser ilustrativo e caracterizador da presença institucional das instituições de Ensino Superior na web social, adotou-se uma abordagem de carácter exploratória. Esta abordagem metodológica permite procurar, através do respectivo site, conhecer as plataformas web 2.0 institucionalmente utilizadas e procurar, em algumas plataformas web 2.0, a presença institucional de algumas IES (mesmo quando tal não seja formalmente anunciado no site da IES). Quanto à natureza da investigação considerou-se mista porquanto contempla os dois métodos de investigação, o quantitativo e o qualitativo.

Entrementes, no que tange aos procedimentos, numa primeira fase o estudo incidiu-se sobre a observação direta nos respetivos sites das instituições de Ensino Superior identificados (ver anexo G). Por outro lado, adotou-se também a técnica do inquérito por questionário, atendendo ao número das IES existentes. Um dos riscos associados a este procedimento (questionário) é a possibilidade de um retorno muito aquém do esperado e que pode comprometer a investigação, pelo menos no tempo previsto.

Numa ótica quantitativa/qualitativa, o cruzamento metodológico entre as técnicas da observação e do questionário revelou-se particularmente compensador, quer em termos dos resultados da investigação obtidos, quer, sobretudo, como forma de controlo de algumas insuficiências associadas e verificadas com a técnica de observação.

3.3. CASE STUDY

De acordo com o autor (Yin, 2002) um *Case Study* contempla uma investigação empírica que investiga um fenómeno contemporâneo no seu verdadeiro e real contexto.

Constituem as desvantagens da metodologia *Case Study*:

- i) Falta de rigor;
- ii) Falta de informação para generalizações;
- iii) Influência direta do investigador;
- iv) Estudos extensos, implicando alguma morosidade.

No que diz respeito às técnicas de recolhas de dados, esta metodologia considera: Observação, Entrevista e *Archival Research*. As técnicas mencionadas permitem ao investigador recolher os dados baseando-se na percepção e na capacidade de análise. Para esse estudo, adotou-se a técnica de Observação (ver descrição na secção 3.4.3).

Em suma e segundo os autores (Yin, 1994) e (Stake, 1995), na metodologia *Case Study* existem pelo menos cinco fontes de dados possíveis:

Tabela 3 – Fontes de Dados

Fontes	Tipo de Dados
Documentos	Agendas, cartas, documentos administrativos, artigos de jornais;
Registos	Lista de nomes, dados de questionário, registos de bases de dados;
Entrevista	Abertas, focadas, estruturadas
Observação Direta	O investigador deve ser discreto e moderado;
Observação Participante	O investigador pode fazer parte do grupo;

3.4. Técnicas de Recolha de Dados

Constituem objetivos nesta seção apresentar as técnicas de recolhas de dados adotadas para o estudo.

3.4.1. Inquérito por Questionário

A aplicação de um questionário, por escrito, contempla perguntas pertinentes, a uma amostra pertinente de sujeitos, para obtenção de informações sobre a situação a ser investigada ou que merece alguma intervenção.

Considerada a variedade de ferramentas existentes, realizou-se um questionário às IES, onde se procurou identificar as razões que motivam a utilização das plataformas da Web 2.0. Para o efeito, a elaboração do questionário centrou-se em dois cenários, como ilustra a Tabela 4 e Tabela 5 respetivamente: i) questionário para as instituições de Ensino Superior que usam/utilizam institucionalmente as plataformas da web social; ii) questionário para as instituições de Ensino Superior identificadas que não usam/utilizam de forma institucional nenhuma plataforma da web social.

Tabela 4 - Guião do Questionário 1

Questões para as IES que usam as plataformas da Web social

1. Quem é o responsável pela monitorização (departamentos, órgãos)?
 2. Quais os propósitos da utilização institucional das plataformas?
 3. Conta associada ao registo/exploração de presenças/utilização nas plataformas.
 4. Que equipa de pessoas que fazem a exploração (nome, cargo, formação académica)?
 5. Como é que a utilização é monitorizada?
 6. Que feedback ou retorno estão a ter?
 7. Qual o grau de satisfação com as tecnologias/plataformas utilizadas?
 8. Quais as próximas medidas que irão ser adotadas?
 9. Que planos de alterações das práticas correntes?
 10. Têm um manual de procedimentos interno para o uso das redes sociais?
-

Tabela 5-Guião do Questionário 2

Questões para as IES que não usam as plataformas da web social

1. Porquê não usam as plataformas da web social?
2. Há algum plano de adoção destas tecnologias?
3. As redes sociais são utilizadas de forma não institucionalizada? Por exemplo ao nível dos departamentos /escolas.

3.4.2. Instituições de Ensino Superior alvos de estudo

Na impossibilidade de inquirir a totalidade das IES existentes em Portugal, selecionou-se um universo de forma aleatória, partindo da lista representada nas Tabelas 6 e 7 respetivamente. Para o efeito considerou-se uma população total de 56 IES contactadas.

Tabela 6: Lista das IES contactadas que usam as plataformas da Web 2.0

Universidade/Escola/Instituto	Número de Telefone	E-mail
Universidade do Minho	253 601 109	gci@reitoria.uminho.pt ;
Instituto Politécnico de Beja	284 314 400	geral@ipbeja.pt/
Instituto Politécnico de Bragança	273 303 200/273 331 570	suporte-cdev@ipb.pt ;
Universidade da Beira Interior	275 319 700	grp@ubi.pt
Universidade do Porto	220 408 000	ci@reit.up.pt
Instituto Superior de Entre Douro e Vouga	256 377 550	web20@est.isvouga.pt

Instituto Português de Administração de Marketing de Matosinhos (IPAM) - Aveiro	707 200 658	ipam@ipam.pt
Universidade de Coimbra	239 859 800/239 859 886	cristina.pinto@uc.pt / ucadmin@adm.uc.pt
Instituto Superior Miguel Torga (ISMT)	239 488 030 / (808 20 80 30 - Linha de Apoio)	ismt@ismt.pt
Universidade do Algarve (UAlg)	289 800 099	gcomunicacao@ualg.pt
Instituto Politécnico da Guarda (IPG)	271220100	ipg.informacao@ipg.pt / ipg@ipg.pt
Escola Superior Artística do Porto (ESAP) - Guimarães	253 410 235	multimedia@esap-gmr.com
Escola Universitária das Artes de Coimbra (EUAC)	239 497 400	info@arca.pt
Escola Superior de Design (ESD)	213 939 600	iade@iade.pt
Instituto Superior Autónomo de Estudos Politécnicos (IPA)	218 610 360	secretaria@ipa.univ.pt
Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna	213 613 900	iscpsi@iscpsi.pt / iscpsi@psp.pt
ISPA - Instituto Universitário de Psicologia Aplicada (ISPA-IU)	218 811 700	info@ispa.pt
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE)	217 903 000	gci@iscte.pt
Universidade Lusíada de Lisboa (ULL)	213 611 500	info@lis.ulusiada.pt

Universidade Nova de Lisboa (UNL)	213 71 56 00	nova.comunica@unl.pt
Universidade Técnica de Lisboa (UTL)	218 811 900	utl@reitoria.utl.pt
Instituto Politécnico do Porto (IPP)	225 571 000	ipp@ipp.pt
Universidade Católica Portuguesa (UCP) - Centro Regional do Porto	226 196 200/225 580 001	comunicacao@porto.ucp.pt
Escola Superior de Educação Jean Piaget de Arcozelo	218 316 500	info@ipiaget.org
Escola Superior de Enfermagem S. Francisco das Misericórdias	217 120 913	esesfm@esesfm.pt
Instituto Superior de Gestão	217 513 700/217 513 7 00	informacoes@isg.pt /comunicacao@institucional@isg.pt
Instituto Politécnico de Portalegre	245 301 500	geral@ipportalegre.pt
Instituto Politécnico de Santarém (IPS)	243 309 520	geral@ipsantarem.pt
Instituto Politécnico de Setúbal	265 548 820	ips@spr.ips.pt
Instituto Politécnico de Viana do Castelo	258 809 610	geral@ipvc.pt
Universidade da Madeira	291 209 400	gabinetedareitoria@uma.pt
Universidade de Aveiro	234 370 200	scirp@ua.pt

Universidade Católica Portuguesa (UCP) - Centro Regional de Braga	253 206 100	info@braga.ucp.pt
Universidade Lusíada de Vila Nova de Famalicão	252 309 200	comunicacao@fam.ulusiada.pt
Instituto de Estudos Superiores de Fafe (IESF)	253 509 000	geral@iesfafe.pt
Instituto Politécnico de Leiria (IPL)	244 830 010	ipleiria@ipleiria.pt
Escola Superior de Marketing e Publicidade	213 939 600	iade@iade.pt
Universidade dos Açores (UAç)	296 650 000 / 296 650 148 / 295 402 420	sa@uac.pt
Instituto Superior de Ciências da Informação e da Administração (ISCIA)	234 423 045	info@iscia.edu.pt
Instituto Superior D. Afonso III (INUAF)	289 420 470	inuaf@mail.telepac.pt
Escola Superior de Artes Decorativas (ESAD)	229 578 750	info@esad.pt
Instituto Superior de Ciências Educativas	219 347 135	geral@isce.pt
Instituto Superior de Comunicação Empresarial	213 474 283	secretaria@iscem.pt
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE)	217 903 000	gci@iscte.pt

Universidade Autónoma de Lisboa (UAL)	213 177 600	callcenter@universidade-autonoma.pt
Instituto Politécnico de Castelo Branco (IPCB)	272 339 600	ipcb@ipcb.pt

Tabela 7: Lista das IES contactadas que não usam as plataformas da Web 2.0

Universidade/Escola/Instituto	Número de Telefone	E-mail
Universidade de Évora (UE)	266 740 800/ 266 740 800	uevora@uevora.pt / gabreit@uevora.pt
Academia da Força Aérea (AFA)	219 678 900	admissao@academiafa.edu.pt / afa@emfa.pt
Academia Militar	213 186 906/ 213 186 9 00	am.siirpac@mail.exercito.pt
Escola Superior de Educadores de Infância Maria Ulrich	213 929 572/ 213 929 5 66	informacao@emulrich.org
Escola Superior de Enfermagem de Lisboa	218 912 200	gabineteimagem@esel.pt
Escola Superior Náutica Infante D. Henrique	214 460 010	info@enautica.pt

Instituto Superior de Educação e Trabalho	225 073 890	geral@iset.pt / secretaria@iset.pt
Instituto Superior de Espinho	227 322 624	isesp@isesp.pt
Escola Superior de Saúde da Cruz Vermelha Portuguesa	21 361 67 90	secretaria@esscvp.eu
Instituto Politécnico de Lisboa (IPL)	217 101 200	gci@sc.ipl.pt / geral@sc.ipl.pt

3.4.3. Observação

A questão de investigação orientava-se para a análise da utilização das plataformas da Web 2.0 pelas IES. Por conseguinte, esta análise contempla 8 eixos complementares. 1) Identificar as razões que levam as IES a utilizar a web social; 2) Perceber, quem, dentro das IES, tem representatividade para utilizar as redes sociais de forma institucional; 3) Avaliar a utilização que as IES fazem das redes sociais; 4) Perceber, que impacto tem essa utilização no (s) Sistema (s) de Informação que a instituição usava anteriormente; 5) Identificar novas competências ou novos perfis profissionais que estão a emergir desta situação; 6) Identificar que perfis de utilização se podem definir; 7) Identificar que propostas podem ser explicitadas para as IES que já utilizam as redes sociais? 8) Enunciar as propostas que podem ser explicitadas para as IES que ainda não exploram as redes sociais.

Nesta medida, "a observação pode ser definida como um olhar sobre uma situação sem que esta seja modificada. Olhar cuja intencionalidade é de natureza muito geral, atuando ao nível da escolha da situação e não ao nível do que deve ser observado na situação, e que tem por objetivo a recolha de dados sobre a mesma"¹⁶.

Por outro lado, prende-se com a captação e registo de aspectos da realidade, *in loco* e *in situ*, mediante um contacto (direto e prolongado) no contexto de ação e mediante a utilização de instrumentos apropriados.

¹⁶ Rodolphe Ghiglione, Benjamin Matalon, O Inquérito - Teoria e Prática, p.8

A análise dos dados recolhidos pelo método de observação revelou-se das mais importantes técnicas de recolha de dados do presente estudo. Além de permitir a resposta à questão de investigação avançada, possibilitou ainda uma maior compreensão e reflexão sobre a presença das IES na Web social.

A observação direta das instituições de Ensino Superior através do *site* institucional, permitiu elencar um conjunto de métricas de utilização, resumida na Tabela 8 e detalhada no Anexo F.

Tabela 8: Método de observação (Métricas)

Plataformas da Web	Métricas
2.0	
Facebook	Gostos; Amigos;
YouTube	Data de registo; subscritores; visualizações; atividades recentes; número de vídeos;
Twitter	Tweets; seguindo; seguidores; listas;
Flickr	Data de registo;
LinkedIn	Conexões; Seguidores; Data de registo.
Slideshare	Data de registo; seguindo; seguidores; Apresentações; Documentos;
Issuu	Data de registo; visualizações; subscritores; atividade mais recente; visualização de perfil; documentos; marcadores;
Vimeo	Data de registo; Vídeo; Gostos; Contactos;
Hi5	Amigos;
Google +	Marcação da página; Círculos;

3.5. Considerações Finais

A escolha da metodologia é um processo complexo, como tal e para a presente investigação considerou-se aquela que melhor refletiria a dimensão e os pressupostos do estudo.

É por demais evidente que a evolução do processo histórico impera mudanças ao nível do funcionamento das IES, ocasionadas por fatores tanto internos quanto exteriores às mesmas (instituições).

Nesta medida, tendo em atenção que planificar não significa eliminar riscos mas sim prever a sua minoração, é de todo razoável um repensar das organizações em matéria do planeamento quantitativo e qualitativo, com vista a se adaptarem às possíveis alterações que no futuro (incerto mas planeado) venham a se mostrar necessárias.

Capítulo IV – Trabalho Desenvolvido e Análise dos Resultados

4.1. Plataformas mais visíveis

Uma primeira exploração dos *sites* das IES permitiu concluir quais as plataformas cuja utilização é institucional e explicitada - *Facebook*, *YouTube*, *Twitter*, *Flickr*, *LinkedIn*, *Slideshare*, *Issuu*, *Vimeo*, *Hi5*, *Google+* e *iTunes U*. Indicam-se (Anexo F) algumas métricas de utilização (referidas a Dezembro de 2011 e Janeiro de 2012), obtidas diretamente dessas plataformas. Observou-se 137 Instituições do Ensino Superior através do *site* institucional (Anexo G). A exploração dos *sites* permitiu concluir que 36 Instituições não explicitam no seu *site* oficial a utilização de nenhuma plataforma.

Um primeiro ponto de análise prende-se com a convergência na escolha de plataformas – das instituições analisadas, um número (considerado significativo) elegeu o YouTube (**41 presenças**), como plataforma para partilha de vídeos; as que exploram o *microblogging* elegeram o *Twitter* (**56 presenças**), e as que exploram redes sociais elegeram o *Facebook* (**95 presenças**). Com menos significado, pela especificidade do serviço, o *Flickr* (**13 presenças**) foi, também a plataforma escolhida pelas instituições para a partilha de fotos/imagens. Seguindo-se o *LinkedIn* (**19 presenças**) que requer, formalmente o respetivo registo/reconhecimento na plataforma. O *LinkedIn* e o *Flickr* são plataformas com âmbitos distintos.

Para além da utilização do *YouTube*, constatou-se que duas instituições, casos da Universidade de Coimbra (Anexo D) e Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias (ver Anexo E), respetivamente, estão a explorar a plataforma *iTunes U* (em complemento/suplemento do *YouTube*) para partilha de conteúdo audiovisual, numa alternativa claramente ditada pelas vantagens que esta plataforma apresenta na gestão de conteúdos através do *iTunes U*, seja no ambiente do computador pessoal, seja na transferência dos conteúdos para dispositivos móveis, como o *iPod*, o *iPad* ou *iTouch*. A adoção da plataforma *iTunes U* tem como objetivo promover o livre acesso a conteúdos educativos em formato áudio e vídeo. Estes conteúdos incluem aulas, ferramentas de suporte ao ensino, conferências, seminários, *workshops* e informações.

Outro ponto digno de registo é a diversidade de métricas de utilização – do *Facebook*, do YouTube e do *Twitter* (plataformas com mais métricas de utilização públicas) que se infere uma utilização/impacto muito diversa entre instituições.

Não obstante, evidencia-se a data de registos das diversas instituições – sendo o registo mais antigo datado de 2008, pode-se dizer que todos eles coincidem com o período de operacionalização do “Processo de Bolonha” - 53% de IES em 2003 para 95% em 2010, de acordo com (Sursock & Smidt, 2010).

Nesta medida, salienta-se o fato (observado, e ilustrado neste documento) do canal YouTube ou da rede social o *Facebook*, dedicarem algum espaço ou área específica a mensagens de aviso das conferências, seminários, à apresentação de vídeos de abertura de cursos, intervenções de convidados especiais exteriores à instituição, isso permite concluir como, em geral, as IES estão a utilizar institucionalmente as plataformas de web social para a prossecução dos tópicos - i) partilha global de informação e ii) perspetivas globais, holísticas, de ensino/aprendizagem, etc., do Processo de Bolonha salientados em 1.1. Enquadramento do estudo.

Verificou-se que o *Facebook*, além ser a plataforma mais adotada pelas IES, é também atualizada com maior frequência pelas mesmas. No YouTube disponibilizam-se vídeos sobre perfis de cursos das IES. O diálogo com os seguidores pretende ser dinâmico, para que as dúvidas e as solicitações sejam atendidas rapidamente. Ou seja, o foco das IES que usam/adotam as plataformas da Web 2.0 é divulgar e promover as atividades das Universidades, das Escolas e dos Politécnicos (ver secção 4.3.).

4.2. Plataformas com menor visibilidade

A exploração dos sites das IES permitiu concluir quais as plataformas cuja utilização é menos expressiva/explicitada – *Slideshare* (**5 presenças**), *Issuu* (**2 presenças**), *Vimeo* (**4 presenças**), *Hi5* (**5 presenças**), *Google+* (**4 presenças**) e *iTunes U* (**2 presenças**): (ver Anexo G).

Importa ressaltar que algumas plataformas, casos de *Slideshare* e *Vimeo* não são utilizadas pela instituição como um todo, ao mais alto nível da sua representatividade, mas por departamentos ou sessões específicas. As datas de registo, o quantitativo de acessos ou de documentos partilhados, apontam uma fase inicial de adoção da plataforma. Seguindo-se pelo *Hi5*, verificou-se que alguns

perfis encontravam-se desatualizados. O *Issuu* com apenas duas presenças na rede (Instituto Politécnico de Beja e do Porto), é das plataformas menos usada. O *Issuu* é uma plataforma de publicação digital que permite a visualização realista de conteúdos carregados, como livros, edições de revistas, jornais (ver secção 2.4.9).

4.3. Perfis das instituições de Ensino Superior nas Redes Sociais

Pretende-se, nesta secção, analisar as plataformas adotadas pelas IES. Analisar-se-á um conjunto de informações, visando aferir o contexto e o propósito da utilização/adoção das plataformas da Web 2.0. De referir ainda, que a análise centra-se sobre o *Facebook*, o *Twitter* e o *YouTube*. (Informações referentes aos meses de Maio, Junho e Julho de 2012).

1. Universidade do Minho (www.uminho.pt)

Plataforma: *Facebook*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição;
- A “página”, conta com **8.502** gostos e **496** (que falam sobre isto); **(Até o dia 11/05)**
- O responsável da monitorização da página é o Gabinete de Comunicação, Informação e Imagem - gci@reitoria.uminho.pt;
- Salienta-se ainda que segundo as estatísticas da página, a faixa etária mais popular varia entre os 18-24 anos, significando assim que a consulta é feita maioritariamente pelos alunos da Universidade;
- A Uminho através desta plataforma, partilha informações de cariz educativa, apostando sobretudo, na difusão e na promoção do marketing da instituição: nomeadamente divulgação de aberturas de cursos, seminários, aulas, *workshops*, conferências;
- De referir ainda que a Uminho partilha e disponibiliza vídeos e fotos no *Facebook*. Os vídeos não são de produção própria, ou seja, são de meios de comunicações portuguesas. Até à data encontrava-se 321 vídeos disponíveis; **(Até dia 12/05)**
- Um outro ponto digno de realce, prende-se com o facto de existirem mais “contas” ou “grupos” com o mesmo nome mas que não sejam oficiais:
 - Universidade do Minho
 - Escola de Ciências da Universidade do Minho
 - Azeituna - Tuna de Ciências da Universidade do Minho

- Rádio Universitária Do Minho
- Universidade do Minho
- Universidade do Minho
- Universidade do Minho

2. Instituto Politécnico de Beja - IPBeja (<https://www.ipbeja.pt/>)

Plataforma: *Facebook*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição:
<https://www.facebook.com/IPBeja>
- A “página”, conta com **8.356** gostos e **263** (que falam sobre isto); **79** (estiveram aqui) **(Até o dia 15/05)**
- Não foi possível ver a informação sobre o responsável da criação/monitorização da página;
- O IPBeja divulga e partilha muitas informações na página do *Facebook*, mormente: Cursos de Licenciatura, Mestrados e Cursos de Especialização Tecnológica; Há uma forte aposta na divulgação e promoção do marketing da instituição: inclui os seminários, aulas, workshops, conferências, festivais, exposições e toda a informação cuja a finalidade é dar a conhecer a região de Beja, através de atividades lúdicas e recreativas;
- Salienta-se ainda que segundo as estatísticas da “página”, a faixa etária mais popular varia entre os 25-34 anos, significando assim que há uma variedade do público-alvo;
- O IPBeja partilha e disponibiliza vídeos e fotos no *Facebook*. Os vídeos são de produção própria, ou seja, o IPBeja dispõe de um canal. Até à data encontrava-se 3 vídeos disponíveis; **(Até o dia 15/05)**
- Seguem-se as contas ou grupos com o mesmo nome mas que não sejam oficiais:
 - Instituto Politécnico de Beja
 - Página Oficial do Instituto Politécnico de Beja
 - Licenciatura em Engenharia Informática do Instituto Politécnico de Beja
 - Instituto Politécnico de Beja - ESTIG
 - Instituto Politécnico de Beja
 - Instituto Politécnico de Beja - Escola Superior de Saúde - Enfermagem
 - Instituto Politécnico de Beja - Escola Superior de Educação

- Instituto Politécnico de Beja
- Instituto Politécnico de Beja - Escola Superior de Saúde

3. Instituto Politécnico de Bragança - IPB (www.ipb.pt/)

Plataforma: *Facebook*

- A conta consultada foi apontada por link no *site* da instituição;
- O portal Ipb conta com **4973** amigos (**até dia 15/05**);
- O responsável da criação/monitorização do portal é o suporte-cdev@ipb.pt;
- Constituem objetivos do IPB divulgar, fomentar e difundir informações no *Facebook*, através da divulgação de simpósios, intercâmbios, *workshops*, conferências, cursos de curta e longa duração, aberturas de concursos (educativos e ligado ao Politécnico);
- Disponibilizam fotos do IPB e não tem vídeos disponíveis;
- Seguem-se as contas ou grupos com o mesmo nome mas que não sejam oficiais:
 - Instituto Politécnico de Bragança - IPB
 - Instituto Politécnico de Bragança
 - Instituto Politécnico de Bragança (IPB)
 - Instituto Politécnico de Bragança
 - Instituto Politécnico de Bragança - Escola Superior de Saúde
 - Instituto Politécnico de Bragança - ESTIG
 - Instituto Politécnico de Bragança
 - Instituto Politécnico de Bragança - Escola Superior de Educação
 - Instituto Politécnico de Bragança ESACT
 - Instituto Politécnico de Bragança
 - IPB - Instituto Politécnico de Bragança
 - Instituto Politécnico de Bragança

4. Universidade da Beira Interior - UBI (www.ubi.pt/)

Plataforma: *Facebook*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição;
- A UBI aderiu ao *Facebook* a 25 de Setembro de 2009;
- A página, conta com **9.078** gostos e **100** (que falam sobre isto); **(Até o dia 16/05)**
- O responsável pela criação/monitorização da página é o Gabinete de Relações Públicas - grp@ubi.pt;
- A Universidade da Beira Interior aposta, como estratégia de comunicação institucional, a adesão ao *Facebook* com uma página institucional; O objetivo é dar a conhecer de uma forma simples e imediato, tudo o que acontece na academia; As informações disponíveis variam de temáticas em temáticas: avisos de *workshops*, conferências, tertúlias, exposições, fóruns, colóquios, aberturas de cursos, etc.
- Disponibilizam fotos e 2 vídeos **(Até o dia 16/05)**. Os vídeos são de produção própria, ou seja, a UBI tem um canal de promoção alusivo aos temas que se relacionam com a academia (discursos de abertura do Ano Lectivo, prémios de méritos) e também, temas relacionados com as ciências e tecnologias;
- Seguem-se as contas ou grupos com o mesmo nome mas que não sejam oficiais:
 - Universidade da Beira Interior
 - Universidade da Beira Interior (UBI)
 - Universidade da Beira Interior, Covilhã
 - UBIOTEC - Núcleo de Estudantes de Biotecnologia da Universidade da Beira Interior
 - Química Industrial - Universidade da Beira Interior
 - Universidade da Beira Interior
 - Universidade da Beira Interior
 - *HEPhysics*-Universidade da Beira Interior
 - UBI- UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
 - UBI - Universidade da Beira Interior
 - Sociologia na UBI (Universidade da Beira Interior)
 - Gestão - Universidade da Beira Interior (turma de 1995)
 - Erasmus Covilhã 2012/2013 (Universidade da Beira Interior)
 - *Physics*-Universidade da Beira Interior

5. Universidade do Porto - UP (www.up.pt/)

Plataforma: *Facebook*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição;
- A UP aderiu ao *Facebook* no 17 de Fevereiro de 2009;
- A página, conta com **23.552** gostos, **363** (que falam sobre isto) e **1.735** (estiveram aqui); **(Até o dia 16/05)**
- O responsável da criação/monitorização da página é os serviços de Comunicação e Imagem da Reitora da UP - ci@reit.up.pt;
- Salienta-se ainda que segundo as estatísticas da página, a faixa etária mais popular varia entre os 18-24 anos, significando assim que a consulta é feita maioritariamente pelos alunos da Universidade;
- A UP tem como objetivo promover a política de comunicação, marketing e imagem, através da página no *Facebook*; Consiste também, em fortalecer a representação externa da instituição; As informações disponibilizadas são: avisos de conferências, de educação contínua, eventos culturais, académicos, científicos e de lazer;
- Disponibilizam fotos e 2 vídeos **(Até o dia 16/05)**. Os vídeos são de produção própria, há um serviço de produção e distribuição de conteúdos (TVU) da UP;
- Seguem-se as contas ou grupos com o mesmo nome, mas que não sejam oficiais:
 - Faculdade de Arquitetura da Universidade do Porto
 - Tuna de Engenharia da Universidade do Porto
 - Faculdade de Ciências da Universidade do Porto
 - Faculdade de Medicina da Universidade do Porto
 - Sociedade de Debates da Universidade do Porto
 - FEP - Faculdade de Economia da Universidade do Porto
 - Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto (Institucional)
 - Universidade do Porto
 - Faculdade de Ciências da Universidade do Porto - Alunos

6. Instituto Politécnico de Beja - IPBeja (<https://www.ipbeja.pt/>)

Plataforma: *Twitter*

- A conta consultada foi apontada por link no *site* da instituição-
<https://twitter.com/#!/IPBeja/>
- O *Twitter* conta com **705 Tweets**, **284** (seguindo) e **157** (seguidores); (**Até o dia 26/05**)
- Data do último *Tweet*: **28/05/12**;
- O IPBeja divulga e partilha muitas informações na conta do *Twitter*: inclui os seminários, aulas, workshops, conferências, festivais, exposições, apresentações de livros, fóruns, colóquios;
- O IPBeja partilha e disponibiliza vídeos. Os vídeos são de produção própria, ou seja, o IPBeja dispõe de um canal (IPBejaTV - www.youtube.com)

7. Instituto Politécnico de Bragança - IPB (www.ipb.pt/)

Plataforma: *Twitter*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição -
https://twitter.com/#!/ipb_pt
- O *Twitter* conta com **170 Tweets**, **21** (seguindo) e **65** (seguidores); (**Até o dia 26/05**)
- Data do último *Tweet*: **25/05/12**;
- O IPBragança divulga e partilha muitas informações na conta do *Twitter*: inclui os seminários, simpósios *workshops*, conferências, intercâmbios, cursos de curta e de longa duração e toda a informação útil, de cariz educativa para a academia;

8. Universidade da Beira Interior - UBI (www.ubi.pt/)

Plataforma: *Twitter*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição-
https://twitter.com/#!/UBI_RP
- O *Twitter* conta com **824 Tweets**, **934** (seguindo) e **1.207** (seguidores); (**Até o dia 26/05**)

- Data do último *Tweet*: **16/01/12**;
- A UBI divulga e partilha muitas informações na conta do Twitter: inclui os fóruns, jornadas internacionais, *workshops*, conferências, palestras, concursos, colóquios, congressos;

9. Universidade do Porto - UP (www.up.pt/)

Plataforma: *Twitter*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição-
<https://twitter.com/#!/uporto>
- O *Twitter* conta com **467 Tweets**, **1.462** (seguindo) e **5.344** (seguidores); (**Até o dia 26/05**)
- Data do último *Tweet*: **21/05/12**;
- A UP divulga e partilha muitas informações na conta do *Twitter*: inclui os fóruns, *workshops*, conferências;

10. Instituto Superior de Entre Douro e Vouga - (<http://www.isvouga.pt/>)

Plataforma: *Twitter*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição-
<https://twitter.com/#!/ISVOUGA>
- O *Twitter* conta com **172 Tweets**, **33** (seguindo) e **46** (seguidores); (**Até o dia 28/05**)
- Data do último *Tweet*: **25/05/12**;
- A ISVOUGA divulga e partilha muitas informações na conta do *Twitter*: inclui os fóruns, *workshops*, conferências, *networking*; Transmitem debates e apresentações em direto no *Twitter*.

11. Instituto Português de Administração de Marketing de Matosinhos

(IPAM) - Aveiro - (<http://www.ipam.pt/>)

Plataforma: *Twitter*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição-
<https://twitter.com/#!/IPAMmktnet>
- O *Twitter* conta com **288 Tweets**, **1** (seguindo) e **275** (seguidores); **(Até o dia 28/05)**
- Data do último *Tweet*: **29/05/12**;

12. Universidade de Coimbra (UC) - (www.uc.pt/)

Plataforma: *Twitter*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição-
<https://twitter.com/#!/Univ de Coimbra>
- O *Twitter* conta com **1.726 Tweets**, **21** (seguindo) e **417** (seguidores); **(Até o dia 28/05)**
- Data do último *Tweet*: **29/05/12**;
- A UC divulga e partilha muitas informações na conta do *Twitter*: inclui debates, seminários, *workshops*, conferências, exposição, congressos, fóruns, sessões de formação, ensino a distância;

13. Instituto Politécnico de Beja - IPBeja (<https://www.ipbeja.pt/>)

Plataforma: *YouTube*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição
- <https://www.youtube.com/user/IPBejaTV#g/p>
- O canal do IPB conta com as seguintes informações:
 - Data de adesão: 09/04/2010;
 - Subscritores: 79;
 - Visualizações de vídeos: 76863;
 - Total de vídeos carregados: 381;
 - Atividade mais recente: 31/05/12; **(Até o dia 31/05)**
- O IPBeja divulga e partilha muitos vídeos no canal: o teor dos conteúdos, incluem: fóruns, *workshops*, conferências, exposições, apresentações de livros, discursos; empreendedorismo, jornadas de reflexão, etc.

14. Universidade da Beira Interior - UBI (www.ubi.pt/)

Plataforma: *YouTube*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição
- <http://www.youtube.com/UniverBeiraInterior>
- O canal da UBI conta com as seguintes informações:
 - Data de adesão: 09/02/2010;
 - Subscritores: 49;
 - Visualizações de vídeos: 15352;
 - Total de vídeos carregados: 381;
 - Atividade mais recente: 31/05/12; **(Até o dia 04/06)**
- A UBI divulga e partilha muitos vídeos no canal: o teor dos conteúdos, incluem: fóruns, conferências, discursos, jornadas de reflexão, abertura de cursos, prémios de mérito, etc.

15. Instituto Português de Administração de Marketing de Matosinhos

(IPAM) - Aveiro - (<http://www.ipam.pt/>)

Plataforma: *YouTube*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição
- <http://www.youtube.com/user/IPAMmktchannel>
- O canal do IPAM conta com as seguintes informações:
 - Data de adesão: 09/04/2008;
 - Subscritores: 50;
 - Visualizações de vídeos: 25065;
 - Total de vídeos carregados: 29;
 - Atividade mais recente: 11/05/12; **(Até o dia 04/06)**
- O IPAM divulga e partilha muitos vídeos no canal: o teor dos conteúdos, incluem: fóruns, conferências, discursos, etc.

16. Universidade de Coimbra (UC) - (www.uc.pt/)

Plataforma: *YouTube*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição
- <http://www.youtube.com/user/UnivDeCoimbra>
- O canal da UC conta com as seguintes informações:
 - Data de adesão: 13/12/2010;
 - Subscritores: 138;
 - Visualizações de vídeos: 54566;

- Total de vídeos carregados: 708;
- Atividade mais recente: 07/05/12; **(Até o dia 04/06)**

- A UC divulga e partilha muitos vídeos no canal: o teor dos conteúdos, incluem: conferências, abertura de cursos, etc.

17. Universidade do Algarve (UALg) - (www.ualg.pt/)

Plataforma: *YouTube*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição -

<http://www.youtube.com/user/universidadealgarve>

- O canal da UAlg conta com as seguintes informações:

- Data de adesão: 28/11/2011;
- Subscritores: 19;
- Visualizações de vídeos: 14227;
- Total de vídeos carregados: 80;
- Atividade mais recente: 07/05/12; **(Até o dia 04/06)**

- A UAlg divulga e partilha muitos vídeos no canal: o teor dos conteúdos, incluem: conferências, *workshops*, reportagens, documentários, etc.

18. Instituto Politécnico da Guarda (IPG) - (www.ipg.pt/)

Plataforma: *YouTube*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição

- <http://www.youtube.com/user/canalipg>

- O canal do IPG conta com as seguintes informações:

- Data de adesão: 17/10/2010;
- Subscritores: 9;
- Visualizações de vídeos: 2557;
- Total de vídeos carregados: 8;
- Atividade mais recente: 13/03/12; **(Até o dia 04/06)**

19. Escola Superior Artística do Porto (ESAP) - Guimarães - (www.esap-gmr.com/)

Plataforma: *YouTube*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição

- <http://www.youtube.com/user/ESAPGUIMARAES>

- O canal da ESAP conta com as seguintes informações:

- Data de adesão: 10/05/2010;
- Subscritores: 4;

- Visualizações de vídeos: 772;
- Total de vídeos carregados: 23;
- Atividade mais recente: 03/08/2011; **(Até o dia 07/06)**

- A ESAP divulga e partilha muitos vídeos no canal: produções de filmes, animações, etc.

20. Escola Universitária das Artes de Coimbra (EUAC) - (www.arca.pt/)

Plataforma: *YouTube*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição

- <http://www.youtube.com/user/arcaeuactube>

-O canal da EUAC conta com as seguintes informações:

- Data de adesão: 10/05/2010;
- Subscritores: 4;
- Visualizações de vídeos: 772;
- Total de vídeos carregados: 23;
- Atividade mais recente: 03/08/2011; **(Até o dia 07/06)**

21. Escola Superior de Design (ESD) - (<http://www.iade.pt/>)

Plataforma: *YouTube*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição

- <http://www.youtube.com/user/IADEcreativeU>

-O canal da ESD conta com as seguintes informações:

- Data de adesão: 05/06/2009;
- Subscritores: 81;
- Visualizações de vídeos: 20749;
- Total de vídeos carregados: 40;
- Atividade mais recente: 06/06/2012; **(Até o dia 07/06)**

- A ESD divulga e partilha muitos vídeos no canal: o teor dos conteúdos, incluem: conferências, *workshops*, festivais, exposições, campanhas, spot publicitário, galas, etc.

22. Instituto Superior Autónomo de Estudos Politécnicos (IPA) -

(<http://www.ipa.univ.pt/>)

Plataforma: *YouTube*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição

- <http://www.youtube.com/user/ipauniv>

-O canal do IPA conta com as seguintes informações:

- Data de adesão: 15/07/2011;
- Subscritores: 5;
- Visualizações de vídeos: 4425;
- Total de vídeos carregados: 6;

- Atividade mais recente: 26/07/2011; **(Até o dia 07/06)**
- O IPA divulga e partilha muitos vídeos no canal: o teor dos conteúdos, incluem: *design*, produção multimédia interativa, computação criativa, etc.

23. Escola Superior de Marketing e Publicidade - (<http://www.iade.pt/>)

Plataforma: *YouTube*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição
- <http://www.youtube.com/user/IADEcreativeU>
- O canal da IADE conta com as seguintes informações:
 - Data de adesão: 05/06/2009;
 - Subscritores: 83;
 - Visualizações de vídeos: 21116;
 - Total de vídeos carregados: 40;
 - Atividade mais recente: 06/06/2012; **(Até o dia 27/06)**
- A IADE divulga e partilha muitos vídeos no canal: o teor dos conteúdos, incluem: conferências, spots publicitários, exposição de obras artísticas, festivais, exposições, workshops de animação/ilustração, reportagens, galas de entregas de diplomas, etc.

24. Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna -

(www.iscpsi.pt/)

Plataforma: *YouTube*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição
- <http://www.youtube.com/user/ISCPSI>
- O canal do ISCPSI conta com as seguintes informações:
 - Data de adesão: 24/11/2009;
 - Subscritores: 25;
 - Visualizações de vídeos: 23558;
 - Total de vídeos carregados: 5;
 - Atividade mais recente: 29/04/2010; **(Até o dia 28/06)**
- O ISCPSI divulga e partilha muitos vídeos no canal: o teor dos conteúdos, incluem: divulgação de abertura de cursos de formação de oficiais de polícias;

25. ISPA - Instituto Universitário de Psicologia Aplicada (ISPA-IU) -

(www.ispa.pt/)

Plataforma: *YouTube*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição
- <http://www.youtube.com/ISPAMedia#p/u>
- O canal do ISPA conta com as seguintes informações:
 - Data de adesão: 06/08/2010;
 - Subscritores: 40;
 - Visualizações de vídeos: 10424;
 - Total de vídeos carregados: 22;
 - Atividade mais recente: 13/04/2012; **(Até o dia 28/06)**
- O ISPA divulga e partilha muitos vídeos no canal: o teor dos conteúdos, incluem: seminários, conferências, exposição de fotografia, abertura de cursos de Licenciatura/Mestrado, vídeos promocionais do ISPA, etc.

26. ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE) - (<http://www.iscte-iul.pt/>)

Plataforma: *YouTube*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição
- <http://www.youtube.com/user/iultv?blend=1&ob=5>
- O canal do ISCTE conta com as seguintes informações:
 - Data de adesão: 16/10/2010;
 - Subscritores: 120;
 - Visualizações de vídeos: 26900;
 - Total de vídeos carregados: 40;
 - Atividade mais recente: 24/06/2012; **(Até o dia 28/06)**
- O ISCTE divulga e partilha muitos vídeos no canal: o teor dos conteúdos, incluem: jornadas de empreendedorismo, fóruns, investigação no ISCTE, debates, vídeos promocionais, sessões de INOV Contacto, etc.

27. Universidade Lusíada de Lisboa (ULL) - (www.lis.ulusiada.pt/)

Plataforma: *YouTube*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição
- <http://www.youtube.com/ULusiadaLisboa>
- O canal da ULL conta com as seguintes informações:
 - Data de adesão: 19/04/2010;
 - Subscritores: 31;
 - Visualizações de vídeos: 23425;
 - Total de vídeos carregados: 35;
 - Atividade mais recente: 18/06/2012; **(Até o dia 28/06)**
- A ULL divulga e partilha muitos vídeos no canal: o teor dos conteúdos, incluem: exposições, eventos de entrega de diplomas, palestras, apresentações de congressos, apresentações de revistas, entrevistas, jornadas de reflexões, conferências, comemorações do dia da ULL, etc.

28. Universidade Nova de Lisboa (UNL) - (www.unl.pt/)

Plataforma: *YouTube*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição
- <http://www.youtube.com/user/unlnovatv?feature=watch>
- O canal da UNL conta com as seguintes informações:
 - Data de adesão: 18/02/2010;
 - Subscritores: 60;
 - Visualizações de vídeos: 62595;
 - Total de vídeos carregados: 157;
 - Atividade mais recente: 28/06/2012; **(Até o dia 29/06)**
- A UNL divulga e partilha muitos vídeos no canal: o teor dos conteúdos, incluem: *workshops*, exposições, Dia Aberto na Universidade, conferências, atribuição de Honoris Causa, jornadas científicas, sessões de entrega de prémios e diplomas, jornadas de empregabilidade, seminários, concursos de fotografias, lançamentos de livros, congressos, tomadas de posse, colóquios, etc.

29. Universidade Técnica de Lisboa (UTL) - (www.utl.pt/)

Plataforma: *YouTube*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição
- <http://www.youtube.com/user/ReitoriaUTL>
- O canal da UTL conta com as seguintes informações:
 - Data de adesão: 06/03/2008;
 - Subscritores: 28;
 - Visualizações de vídeos: 19157;
 - Total de vídeos carregados: 118;
 - Atividade mais recente: 03/07/2012; **(Até o dia 04/07)**
- A UTL divulga e partilha muitos vídeos no canal: o teor dos conteúdos, incluem: competições, torneios, investigação científica, Bolsas de mérito, seminários sobre a Empregabilidade, inovação e Empreendedorismo, cerimónia de tomadas de posse, Honoris Causa, prémios científicos, etc.

30. Instituto Politécnico do Porto (IPP) - (www.ipp.pt/)

Plataforma: *YouTube*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição
- <http://www.youtube.com/user/politecnicodoporto>
- O canal da UNL conta com as seguintes informações:
 - Data de adesão: 28/01/2009;
 - Subscritores: 80;
 - Visualizações de vídeos: 14535;
 - Total de vídeos carregados: 68;
 - Atividade mais recente: 21/06/2012; **(Até o dia 04/07)**
- O IPP divulga e partilha muitos vídeos no canal: o teor dos conteúdos, incluem: concursos de Empreendedorismo, apresentação de livros, jornadas de marketing, exposições, cerimónia de abertura do Ano Lectivo, etc.

31. Universidade Católica Portuguesa (UCP) - Centro Regional do Porto - (www.porto.ucp.pt/)

Plataforma: *YouTube*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição
- <http://www.youtube.com/user/CatolicaPorto>
- O canal da UCP – Porto conta com as seguintes informações:
 - Data de adesão: 01/06/2010;
 - Subscritores: 40;
 - Visualizações de vídeos: 25226;
 - Total de vídeos carregados: 81;
 - Atividade mais recente: 27/06/2012; **(Até o dia 04/07)**
- A UCP - Porto divulga e partilha muitos vídeos no canal: o teor dos conteúdos, incluem: centro de criatividade digital, tertúlias, conferências, oferta formativas, festivais, Supervisão Pedagógica e Avaliação Docente, Pós-graduação, cerimónia de entrega dos diplomas, etc.

32. Escola Superior de Educação Jean Piaget de Arcozelo -

(<http://www.ipiaget.org/vn-gaia/>)

Plataforma: *YouTube*

- A conta consultada foi apontada por *link* no *site* da instituição
- <http://www.youtube.com/noticiaspiaget/>
- O canal da ESJPA conta com as seguintes informações:
 - Data de adesão: 03/09/2010;
 - Subscritores: 7;
 - Visualizações de vídeos: 1910;
 - Total de vídeos carregados: 16;
 - Atividade mais recente: 11/11/2010; **(Até o dia 04/07)**
- A ESJPA divulga e partilha muitos vídeos no canal: o teor dos conteúdos, incluem: congressos, spot campos universitários, formação acreditada para Professores, aberturas de Mestrado e Licenciaturas, etc.

4.4. Disposição das Plataformas da Web 2.0 no *site* das IES

Nesta secção são ilustradas alguns exemplos de como as IES disponibilizam as plataformas da Web 2.0 nos seus respetivos sites. No decurso da investigação, verificou-se que o site das IES, oferece diferentes visões sobre as plataformas: se por um lado as plataformas da Web 2.0 são ilustradas de forma visível na página principal do site, por outro, estas encontram-se dentro de uma secção específica no site. Nesta ordem de ideia, entendeu-se de todo oportuno demonstrar através de imagens (*print screen*) elucidativas a disposição das plataformas da Web 2.0.



Figura 12 – ISCIA: Instituto Superior de Ciências da Informação e Administração
(Fevereiro de 2013)

A figura acima ilustra-nos a disposição das plataformas/ferramentas da web 2.0 do ISCIA. As plataformas/ferramentas estão visíveis na parte inferior do *site* institucional e fazem parte da lista o *Facebook*, *Twitter*, *LinkedIn*, *YouTube* e *Google +*.



Figura 13 – ISVOUGA (Fevereiro de 2013)

Como se pode depreender, a figura acima, ilustra as plataformas/ferramentas da Web 2.0 presentes no *site* do ISVOUGA. Fazem parte

da lista o *Facebook* e o *Twitter*. Enquanto que o ISCIA disponibiliza cinco ferramentas da Web 2.0 na parte inferior do *site*, o ISVOUGA disponibiliza duas ferramentas da Web 2.0 na parte superior, dando um maior destaque à página do *Facebook* presente no *site*. Tal realidade (que pode ser constatado na figura acima indicado).



Figura 14 – IPAM: THE MARKETING SCHOOL (Fevereiro de 2013)

Em relação à presente figura, merecem referência o nível de diversificação das plataformas/ferramentas da Web 2.0 na parte superior do *site* institucional da IPAM. Fazem parte da lista o *Twitter*, *Facebook*, *LinkedIn*, *YouTube* e *Flickr*.



Figura 15 - Instituto Politécnico de Beja (Fevereiro de 2013)

A figura 15 ilustra-nos também uma grande diversidade das plataformas/ferramentas da Web 2.0 presentes na parte superior do site institucional do IPBeja. Fazem parte da lista o *YouTube*, *Facebook*, *LinkedIn*, *Flickr*, *Twitter* e destaca a presença no Issuu.



Figura 16 - Universidade Católica Portuguesa de Braga (Fevereiro de 2013)

A análise da figura acima, permite-nos depreender que a UCP – Centro Regional de Braga, disponibiliza as plataformas/ferramentas da Web 2.0 na parte superior do site. Fazem parte da lista o *Facebook*, *YouTube* e *LinkedIn*.



Figura 17 - Universidade da Beira Interior (Fevereiro de 2013)

Pelo que se pode constatar, a UBI também regista uma presença considerável nas plataformas/ferramentas da Web 2.0, visíveis na parte superior do *site*. Fazem parte da lista o *Facebook*, *Twitter*, *Google+*, *YouTube* e *Flickr*.



Figura 18 - Universidade de Coimbra (Fevereiro de 2013)

À luz da presente figura, torna-se visível que a UC disponibiliza as plataformas/ferramentas da Web 2.0 na parte inferior do *site*. Fazem parte da lista o *Facebook*, *Twitter*, *YouTube* e *iTunes U*. Merece referência, a inovação da UC no *iTunes*.



Figura 19 - Universidade de Algarve (Fevereiro de 2013)

A figura 19, ilustra-nos a disposição das plataformas/ferramentas da Web 2.0 na parte superior do *site* da Universidade de Algarve. Fazem parte da lista o *YouTube*, *Facebook* e *Twitter*.



Figura 20 - Instituto Politécnico de Leiria (Fevereiro de 2013)

A figura acima, indica-nos a disposição das plataformas/ferramentas da Web 2.0 na parte inferior do *site* da IPLeiria. Fazem parte da lista o *Facebook*, *Flickr* e *YouTube*.

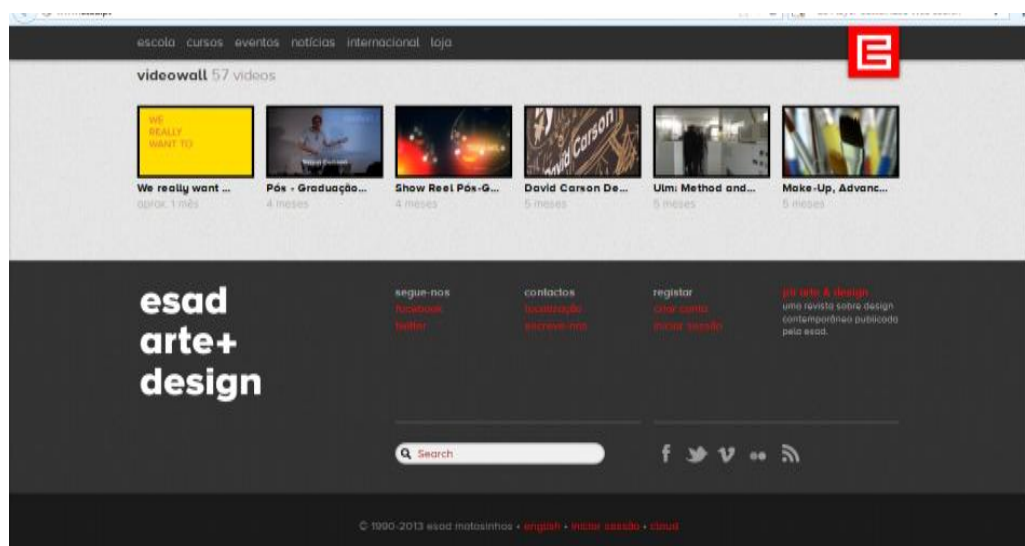


Figura 21 - ESAD Matosinhos (Fevereiro de 2013)

A figura 21, sintetiza a disposição das plataformas/ferramentas da Web 2.0 na parte inferior do *site* da ESAD-Matosinhos. Fazem parte da lista o *Facebook*,

Twitter, Vimeo, Flickr. Destaca-se com evidência a aposta da ESAD-Matosinhos no *Vimeo*.

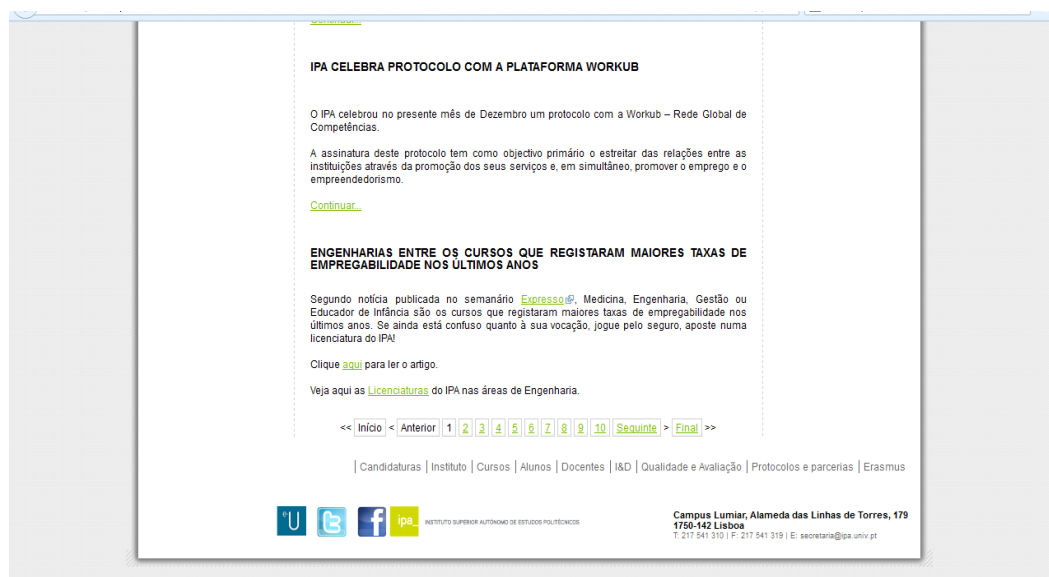


Figura 22 - IPA: Instituto Superior Autónomo de Estudos Politécnicos
(Fevereiro de 2013)

A figura acima, ilustra-nos a disposição das plataformas/ferramentas da Web 2.0 na parte inferior do *site* do IPA. Fazem parte da lista o *Twitter* e *Facebook*.



Figura 23 - Universidade Lusíada de Lisboa (Fevereiro de 2013)

A figura acima patenteia-nos dados sobre a disposição das plataformas/ferramentas da Web 2.0 com grande ênfase na parte inferior do *site*

da Universidade Lusíada de Lisboa. Igualmente, é de se destacar a diversidade das ferramentas que a ULL disponibiliza. Fazem parte da lista o *Facebook*, *Twitter*, *YouTube* e *Flickr*.

4.5. Análise do Questionário

Tendo como ponto de partida a premissa das presenças das instituições do Ensino Superior na Web 2.0, solicitou-se às IES a resposta a um questionário onde, entre outras, se indagava o nível de utilização institucional das ferramentas da Web 2.0.

Na impossibilidade de inquirir a totalidade das IES existentes em Portugal, selecionou-se um universo de forma aleatória, partindo da lista representada nas Tabelas 6 e 7 respetivamente no capítulo da metodologia. Para o efeito considerou-se uma população total de 56 IES contactada e obteve-se 6 respostas das IES que usam/adotaram as plataformas da Web 2.0 e nenhuma resposta das IES que não usam/adotaram nenhuma plataforma da Web 2.0. Participaram no estudo (ver anexo F) a Universidade da Beira Interior (UBI), Universidade do Algarve (Ualg), Escola Superior de Artes e Design (ESAD) – Matosinhos, Escola Superior Artística do Porto (ESAP), Universidade da Madeira (Uma) e Universidade Católica Portuguesa (UCP) – Centro Regional de Braga.

Para melhor ilustrar a dinâmica da participação das IES, a tabela que se segue, procura analisar/resumir as respostas ao questionário da Universidade da Beira Interior e da Escola Superior de Artes e Design – Matosinhos.

Tabela 9 - Análise/Resumo das respostas ao questionário da UBI e ESAD – Matosinhos

Questões para as IES que usam as plataformas da Web social	UBI	ESAD – Matosinhos
--	-----	-------------------

P1 – Quem é o responsável pela monitorização (departamentos, órgãos)?	Gabinete de Comunicação e Imagem	Departamento de Projeto e Comunicação e Departamento Multimédia
P2 – Quais os propósitos da utilização institucional das plataformas?	Dar visibilidade da instituição no universo da Internet	Comunicação com a comunidade interna e externa
P3 – Conta associada ao registo/exploração de presenças/utilização nas plataformas.	Gabinete de Comunicação e Imagem (gci@ubi.pt e webmaster@ubi.pt).	Vimeo, Flickr, Facebook e Twitter
P4 – Que equipa de pessoas que fazem a exploração (nome, cargo, formação académica)?	Coordenação: Técnica Superior (licenciatura em Línguas e Literaturas Modernas, Mestrado em Língua Cultura e Didáctica do Português e frequência de Doutoramento em Ciências da Comunicação); - Técnico de Informática (licenciatura em Design Multimédia); - Técnica Superior (licenciatura em Ciências da Comunicação).	Fazem parte da gestão 3 membros: um licenciado em artes digitais; um designer e um licenciado em comunicação social

P5 – Como é que a utilização é monitorizada?

A Universidade da Beira Interior está presente nas seguintes redes sociais: Facebook, Google + (inclui Google Reader, Google Profiles, etc.), Twitter, Flickr, YouTube e RSS. O acompanhamento é feito diariamente.

O responsável pela utilização e actualização das plataformas reúne todas as funções relativamente a estas.

P6 – Que *feedback* ou retorno estão a ter?

Por exemplo, a página institucional da UBI no Facebook, que está online desde Maio de 2009, já conta com mais de dez mil fãs e continua a crescer, o que dá nota da adesão e impacto que as redes sociais estão a ter na vivência quotidiana e diária da população estudantil e universitária. (Agosto de 2012)

É grande em todas as plataformas, sendo que no facebook o número de fãs cresce tranquilamente e “sozinho”, sem operações de angariação de público.

P7 – Qual o grau de satisfação com as tecnologias/plataformas utilizadas?

Bastante elevado

É grande em todas as plataformas.

P8 – Quais as próximas medidas que irão ser adotadas?

Elaboração de um Manual de Utilizador das Redes Sociais da UBI

Não temos

P9 – Que planos de alterações das práticas correntes?	Continuar atentos às novidades que surjam, de forma a acompanhar as tendências no âmbito dos conteúdos e das configurações e, eventualmente, a aderir àquelas que o justifiquem. Nesta área, a grande regra é estar alerta para as mudanças e ser versátil.	Não temos
P10 – Têm um manual de procedimentos interno para o uso das redes sociais?	Está em fase de elaboração	Não temos um manual de procedimentos. Mas temos algumas regras estabelecidas entre os gestores das plataformas.

Solicitadas a refletir sobre a presença das IES na Web 2.0, a tabela acima patenteia-nos dados sobre as respostas da UBI e ESAD – Matosinhos.

Como se pode depreender, todos os inquiridos têm pressupostos em comum, por exemplo: na primeira questão (ver tabela 9) onde se perguntava sobre o responsável pela monitorização, a resposta é elucidativa e categórica, apontando pela existência de gabinetes específicos. Sendo assim, a dinamização das presenças do Gabinete de Relações Públicas e Internacionais, Gabinete de Comunicação e Imagem, Departamento de Multimédia, visa congregar a ligação entre a instituição, planeamento de uma estratégia integrada, tendo em vista a melhoria da qualidade de serviço, aumento da capacidade de resposta e maior focalização nos seguidores.

É por demais evidente que para a implementação, desenvolvimento e concretização dos seus objetivos, as IES têm que dispor tanto de recursos materiais quanto humanos, sendo estes enformados por pessoas que, fazendo uso da sua capacidade inovadora, determinação, empenho físico e mental, concorrem para o

funcionamento das mesmas (instituições) em condições aceitáveis. Isto é, na atual conjuntura gere-se as competências e não as funções.

Destacam-se uma série de respostas dos inquiridos. Quando se perguntou sobre que retorno ou o feedback estão as IES a ter no momento, constatou-se que todos os recursos utilizados nas plataformas das Web 2.0 contribuem para uma maior visibilidade da instituição. Exemplifica-se esta pergunta com os excertos das respostas da UBI e ESAD-Matosinhos respetivamente:

Resposta à pergunta da UBI: “a página institucional da UBI no *Facebook*, que está online deste Maio de 2009, já conta com mais de dez mil fãs e continua a crescer, o que dá nota da adesão e impacto que as redes sociais estão a ter na vivência quotidiana e diária da população estudantil e universitária. Por outro lado, verificamos que as redes de relacionamento se estendem do plano organizacional para o plano pessoal e vice-versa, mas também de organização para organização e de pessoa para pessoa, criando um vasto espaço de interação que possibilita, em cada conexão e em cada partilha, o estabelecimento de contactos que proporcionam informações de carácter diverso, muitas vezes imprevisíveis e determinadas por interesses que, num dado momento, fazem mover essas redes, direccionando-as. Isto faz com que as redes sociais sejam um extraordinário motor de divulgação de todo o tipo de iniciativas, uma vez que potenciam largamente a comunicação num ambiente de proximidade e informalidade”. (Agosto de 2012)

Resposta à pergunta da ESAD-Matosinhos: “É grande em todas as plataformas, sendo que *no facebook* o número de fãs cresce tranquilamente e “sozinho”, sem operações de angariação de público, estando actualmente nos 9.211 seguidores, enquanto que o *vimeo* e o *flickr* são utilizadas como base de trabalho, alimentando directamente o site da ESAD com vídeos e imagens, portanto mais como uma ferramenta, do que como uma estratégia de comunicação ou publicidade”. (Janeiro de 2013).

Entendido desta forma, estas respostas espelham e encorajam o conceito de marketing social, com vista à promoção das ofertas sociais e educativas das diferentes IES. Daí que, os objetivos têm que ser percecionados como tendo a ver com os seguintes aspetos: organização e estruturação das IES por forma a

responder os imperativos da mudança; e, assunção, por parte da instituição, das suas responsabilidades sociais e legais, para a consecução de gestão de qualidade em matéria de difusão de toda e qualquer informação.

4.6. Considerações Finais

Não é menos certo que as IES, hoje em dia, têm que ser sistemas abertos, com finalidades, missões e objetivos bem definidos e, em constante interação com o ambiente tanto interno quanto externo. No entanto, o entendimento de uma instituição de ensino superior passa, também, pelo seu enquadramento num determinado contexto e pela adequação das suas atividades aos propósitos definidos.

É por demais evidente, que os recursos da Web 2.0 têm que ser criteriosamente utilizados, tendo para o efeito combinar políticas e estratégias de uma gestão de qualidade, por forma a dar resposta cabal às exigências em matéria de investimento em novas tecnologias de informação, adequando-os ao contexto de ininterruptas e imprevisíveis mutações que pairam hoje nos ambientes educacionais.

Indubitavelmente, as ferramentas/plataformas da Web 2.0, são valiosos instrumentos de aprendizagem para aprofundar conhecimentos em diferentes contextos educativos. Entrementes, a adoção destas plataformas, revelam algumas fragilidades dos sistemas web, nomeadamente a questão da segurança, da exposição por anonimato, perda de controlo sobre a informação da instituição, desconforto com a visibilidade, etc., riscos esses que devem ser acautelados no processo de gestão e monitorização das ferramentas da Web 2.0.

Um dos exemplos que ilustram essa preocupação prende-se com as respostas dadas no questionário realizado, quando as IES foram instadas a responder à questão: **Quais as próximas medidas que irão ser adotadas?**

Uma das IES inquiridas, nomeadamente a Universidade da Beira Interior respondeu: “Neste momento está em fase de elaboração um Manual do Utilizador das Redes Sociais da UBI. Os comentários dos utilizadores das redes sociais nem sempre são respeitadores e, ocasionalmente, chegam a provocar situações de crise, pelo que é recomendável criar regras de mediação, transparência e honestidade. A

intenção é criar um documento breve e conciso para esse efeito, que possa ser consultado on-line nos diversos suportes”. (Agosto de 2012)

A resposta expendida por essa IES, ilustra a peculiaridade da criação do Manual do procedimento interno para o uso das Redes Sociais, posto que mitiga, sobremaneira, os muitos e iminentes riscos.

Outro ponto digno de registro é a inexistência de respostas das IES que não usam as plataformas/ferramentas da Web 2.0, abrindo a possibilidade da existência de outras variantes explicativas que não foram contempladas neste estudo. Futuramente, será pertinente perceber as razões/motivações que estão na base da não utilização destas ferramentas.

Em jeito de súmula e ciente de que não existe um único caminho para a adoção/aprimoramento das plataformas/ferramentas da Web 2.0 fica lançada, e em aberto, a seguinte questão: mormente na vigência das Redes Sociais no domínio das TICs quais poderão vir a ser tendências no futuro para as Instituições do Ensino Superior?

Capítulo V – Conclusões, Limitações e Recomendações do Estudo

5.1. Conclusões Finais

Após a análise dos resultados referentes ao inquérito por questionário e da observação direta nos respetivos sites, sobre a presença das IES na Web social, definiu-se como questão de partida para o presente estudo a seguinte:

Como estão as Instituições de Ensino Superior a utilizar e a apropriar-se das ferramentas / Plataformas da web 2.0?

Vários são os autores que contribuíram para uma possível resposta à essa questão de partida. Destacam-se uma série de IES que têm correspondido ao desafio da sociedade da informação, contudo, considera-se o tema de capital importância para a revalorização participativa das IES na web social. A maturidade das plataformas, a qualidade dos serviços prestados e a sua adoção significativa, a nível individual, parecem constituir o cenário de adoção institucional, num processo *bottom-up* de adoção de tecnologia. As plataformas da web social parecem ser ferramentas particularmente capazes de contribuir para satisfazer alguns dos propósitos do Processo de Bolonha, nomeadamente os relacionados com visibilidade, transparência, abertura, comunicação e integração com o meio ambiente e os *stakeholders*, e partilha de informação.

Entrementes, no contexto de avultadas e rápidas mutações, em que se torna difícil prever a curto prazo e impossível prever a longo prazo, as IES têm que encontrar a forma mais viável de se adequarem ao processo de mudança, de modo a conciliar os seus propósitos com os desafios com que são confrontadas.

Na presente conjuntura, tem-se que as plataformas/ferramentas da Web 2.0 constituem uma das forças imprescindíveis para a consecução da eficácia e do sucesso das IES na rede. Ou seja, as Universidades, as Escolas Superiores, os Politécnicos terão que dar resposta às exigências imperadas pela estratégia comunicacional/informacional, com o objetivo de alcançar medidas eficazes de desempenho das mesmas.

Destarte, de entre um vasto leque de interrogações preconizadas ao longo do estudo, associadas à utilização das plataformas/ferramentas da Web 2.0 em

contexto educativo, é por demais evidente desenvolver uma reflexão a três dimensões no processo educativo: em resumo, a implementação de um processo educativo em contexto das TIC, requer: **um olhar para dentro da instituição**, que inclui uma revisão dos ativos organizacionais em matéria dos recursos humanos, tecnologias, **um olhar em volta da instituição**, ou seja, uma visão orientada para as relações estabelecidas entre ela (instituição) e comunidade em geral; um olhar para o futuro, que visa combinar os fatores acima mencionados com as previsões que relacionam o presente com os objetivos que se pretende, no futuro, alcançar.

Face ao contexto de acelerada mudança que se vive atualmente, as IES têm que desencadear medidas, políticas e estratégias, no intuito de se adaptarem às novas realidades e darem resposta aos desafios que se-lhes deparam no quotidiano. Para a consecução de tal propósito as IES devem, hoje, adotar um modelo de gestão baseado nos seguintes pressupostos:

- a) Dignificação do ser humano, ou seja, não mais gerir pessoas para as TIC mas sobretudo gerir as TIC juntamente com as pessoas, na qualidade de sujeitos ativos, dotados de espírito inovador e empreendedor;
- b) Tornar estratégica a gestão das TIC, convertendo-a numa área de consultoria interna e externa, de orientação e impulsionamento de metas a atingir;
- c) Mudança e inovação no seio da instituição, mediante a renovação cultural e transformação de mentalidades, sempre utilizando como ferramenta base as TIC;
- d) Promoção da facilidade e busca da satisfação, através da implementação de mecanismos e técnicas de motivação, colocando ênfase nas metas e resultados, com vista a promover a melhoria da qualidade de vida da instituição, através da sua interface com as demais;
- e) Programação do futuro, com aposta forte nas TIC, enfatizando a preparação da instituição e das pessoas para o tempo diferido, criando competências necessárias para a atuação no mundo atual cada vez mais globalizado, competitivo e exigente;

- f) Busca incessante de sinergias, baseada na criação de equipas de trabalho e integração de esforços, em perseguição da expansão e multiplicação dos resultados, tendo sempre como base as ferramentas da Web 2.0.

Ademais, para que todos estes pressupostos sejam cumpridos, o planeamento (a ser concebido) deve estar em estreita sintonia com a estratégia institucional, ou seja, a missão e os objetivos da instituição devem ser estabelecidos à luz das forças externas e internas, das políticas e estratégias específicas que se visem implementar, atendendo aos objetivos individuais dos seguidores, em estreita conjugação com os propósitos que a instituição visa atingir adentro às TIC.

5.2. Limitações do Estudo

Ainda que os desafios foram palpáveis, o estudo que se realizou apresenta algumas dificuldades/limitações, que se enunciam nesta secção.

Uma das limitações encontrada prende-se com a falta (quase inexistência) de estudos teóricos sobre a adoção institucional das plataformas/ferramentas da Web 2.0.

A segunda limitação tem que ver com a escolha/separação das técnicas de recolha de dados: inquérito por questionário (método quantitativo) e observação direta (método qualitativo) nos sites das IES, respetivamente. A insuficiência nas respostas de inquérito por questionário limitou um pouco a riqueza da informação, não havendo a oportunidade de aprofundar e esclarecer algumas questões.

Ademais, não queria deixar de segredar as dificuldades com as quais se confrontou na elaboração do inquérito, não necessariamente por falta de elementos de consulta, antes porém de precariedade do número de respostas que ficou muito aquém do esperado, apesar da contínua insistência por todas as vias disponíveis: telefone e correio eletrónico. A recetividade das IES inquiridas diminuiu acentuadamente, o que restringiu a amostra, face à dimensão do universo que se pretendia analisar.

Entrementes, eis-me aqui e, almeja-se que o presente trabalho seja algo de valioso e traga alguma mais-valia para a sociedade do conhecimento em geral e, para as IES em particular.

5.3. Recomendações Futuras

Um dos trabalhos considerados pertinentes a ser realizado no futuro, consiste em adotar a metodologia apresentada neste estudo para prosseguir com uma abordagem comparativa afim de se aferir o nível de prestação das IES cabo-verdianas a este nível e o seu aconselhamento para a adoção de melhor estratégia para o sucesso de tal implementação.

Adianta-se ainda que Cabo Verde, por imperativos histórico-culturais mas também conjunturais e circunstâncias, o sistema ainda não está tão desenvolvido como se almeja. Esta postura requer uma visão transdisciplinar, jogando capital importância os atores ligados ao ensino superior.

Pese embora as IES cabo-verdianas não fazerem parte do objecto de estudo, entendeu-se de particular relevância inferir que, num hiato de treze anos (2000 a esta parte), surgiram em Cabo Verde, nove Instituições de Ensino Superior em Cabo Verde, nomeadamente¹⁷:

- i. Universidade de Cabo Verde (Uni-CV)- <http://www.unicv.edu.cv/>;
- ii. Universidade Jean Piaget de Cabo Verde (Uni-Piaget)-
<http://www.unipiaget.cv/>;
- iii. Instituto Superior de Ciências Económica e Empresariais (ISCEE) -
<http://www.iscee.edu.cv/>;
- iv. Instituto Superior de Ciências Jurídicas e Sociais (ISCJS) -
<http://www.iscjs.edu.cv/>;
- v. Universidade do Mindelo (Uni-Mindelo) - www.uni-mindelo.edu.cv;
- vi. Universidade de Santiago (US) - <http://www.us.edu.cv/>;
- vii. Mindelo Escola Internacional de Arte (M_EIA) - <http://www.m-eia.org/mood>;
- viii. Universidade Lusófona de Cabo Verde, Baltazar Lopes da Silva-
<http://www.ulusofona.edu.cv/>;

¹⁷ <http://www.dgesc.gov.cv>

- ix. Universidade Intercontinental de Cabo Verde (UNICA) -
<http://www.campo.com.cv/>.

Numa primeira apreciação/exploração dos *sites* das IES cabo-verdianas permitiu concluir quais as plataformas cuja utilização é institucional – *Facebook* (**2 presenças**), *YouTube* (**1 presença**) e Google+ (**1 presença**). A utilização das redes sociais pelas Universidades tem sido relativamente tímida.

Pelas visitas aos diversos sítios, denota-se que em Cabo Verde, paulatinamente as IES vão caminhando rumo às TIC. O próprio Ministério do Ensino Superior, Ciência e Inovação vem desenvolvendo políticas neste sentido, com a entrada em funcionamento, a partir de Março de 2012, do Portal do Conhecimento de Cabo Verde, que constitui um ponto único de pesquisa de materiais bibliográficos de carácter académico e científico, nomeadamente, teses e dissertações, artigos de revistas científicas, actas de congressos, livros e capítulos de livros bem como fontes de pertinência científica tais como documentos estratégicos do Governo, estatísticas, estudos, planos estratégicos e outros¹⁸.

¹⁸ <http://www.mesci.gov.cv>

Referências

- Adelman, C. (2008). The Bologna Club: What U.S. Higher. In D. I. Washington (Ed.).
- Anderson, P. (2007). *What is Web 2.0? Ideas, technologies and implications for education*. Obtido em 27 de Janeiro de 2012, de <http://www.jisc.ac.uk/media/documents/techwatch/tsw0701b.pdf>
- Bologna Declaration. (1999). Obtido em 20 de 11 de 2011, de <http://ec.europa.eu/education/policies/educ/bologna/bologna.pdf>
- Bologna Declaration. (1999).
- Brandtzaeg, P. B., & Heim, J. (2007). Initial context, user and social requirements for the Citizen Media applications: Participation and motivations in off-and online communities. Obtido 27 de Novembro de 2012, de http://www.academia.edu/789521/Initial_context_user_and_social_requirements_for_the_Citizen_Media_applications_Participation_and_motivations_in_off-and_online_communities
- Budapest-Vienna Declaration. (2010). Obtido em 11 de 2011, de http://www.ond.vlaanderen.be/hogeronderwijs/bologna/2010_conference/documents/Budapest-Vienna_Declaration.pdf
- Castells, M. (2002). *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*. Oxford University Press.
- Darby, J. (1992). *THE FUTURE OF COMPUTERS IN TEACHING AND LEARNING* (Computers & Education ed., Vols. 19(1-2)).
- Dawson, S. (2008). *A study of the relationship between student social networks and sense of community* (Vol. 11(3)). (E. a. Society, Ed.)
- EACEA. (2010). *Focus on Higher Education in Europe 2010: The Impact of the Bologna Process*. (A. a. Education, Ed.)
- Gacel, J. (2009). *Is a Bologna process feasible for Latin America: Beyond 2010, Priorities and challenges for higher education in the next decade*. (A. C. (ACA), Ed.) Brussels, Belgium.
- Gouveia L., & Gaio S. (2004). *Sociedade da Informação: balanço e implicações* (Universidade Fernando Pessoa.). Obtido de http://www.academia.edu/1258828/Sociedade_da_Informacao_balanco_e_implicacoes.

- Greenhow, C. (20070326). What Teacher Education Needs to Know about Web 2.0: Preparing New Teachers in the 21st Century. *Society for Information Technology & Teacher Education International Conference 2007*, 2007(1), 1989–1992.
- Hull, G., Lipford, H., & Latulipe, C. (2011). *Contextual gaps: Privacy issues on Facebook* (Vol. 13 (4)). (E. a. Technology, Ed.)
- Mazman, S. G., & Usluel, Y. K. (2009). *The Usage of Social Networks in Educational Context*. Obtido em 27 de 01 de 2012, de <http://www.waset.org/journals/waset/v49/v49-76.pdf>
- O'Reilly, T. (2005). *what-is-web-20*. Obtido em 27 de 01 de 2012, de <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>
- Patrício, M. R., & Gonçalves, V. (2010). Utilização educativa do facebook no ensino superior. *I Conference learning and teaching in higher education*.
- Patrício, M., Gonçalves, V., & Carrapatoso, E. (2008). Tecnologias Web 2.0: Recursos Pedagógicos na Formação Inicial de Professores. *In Carvalho, Ana Amélia A. (Org.)*. Braga: CIED.
- Pettenati, M. C., & Ranieri, M. (2006). Informal learning theories and tools to support knowledge management in distributed CoPs. IN *Innovative Approaches for Learning and Knowledge* Obtido 27 de Novembro de 2012, de http://www.academia.edu/909826/Informal_learning_theories_and_tools_to_support_knowledge_management_in_distributed_CoPs_IN_Innovative_Approaches_for_Learning_and_Knowledge
- Ribeiro, R. J. (2010). O impacto da web 2.0 nas empresas portuguesas. *Dissertação de Mestrado. Universidade Técnica de Lisboa. Instituto Superior de Economia e Gestão*.
- Stake, R. E. (1995). *The Art of Case Study Research*. SAGE.
- Shih, H.-P. (2008). *Using a cognition-motivation-control view to assess the adoption intention for Web-based learning* (Vol. 50(1)). (C. & Education, Ed.)
- Sursock, A., & Smidt, H. (2010). "Trends 2010: A decade of change in European Higher Education". (I. 9. European University Association asbl, Ed.)
- van Rooij, S. W. (2011). *Higher education sub-cultures and open source adoption* (Vol. 57(1)). (C. & Education, Ed.)

- Winberg, C. (1999). *Learning How to Research and Evaluate*. Juta.
- Yin, R. K. (1994). *Case study research: design and methods*. Sage Publications.
- Yin, R. K. (2002). *Case Study Research: Design and Methods*. SAGE Publications.

ANEXOS

ANEXO A – Imagens (Print screen) das plataformas/ferramentas adotadas pelas Instituições de Ensino Superior listadas no CD-ROM

ANEXO B – Planeamento do Trabalho

Apresenta-se na Tabela 4, as principais tarefas para a realização do projeto de dissertação. O planeamento foi desenvolvido com recurso à ferramenta de planeamento e gestão de projetos Ms Project 2007. A execução destas tarefas será realista, rigorosa e verificável. O planeamento das atividades sofreu algumas alterações, mormente nas datas. Estas alterações devem-se ao atraso na execução das tarefas preconizadas, foi preciso um reajustamento no prazo da entrega final, já que não foi possível entregar no prazo previsto.

Tabela 10: Planeamento das Atividades do Projeto de Dissertação

WBS		Nome da Tarefa	Duração	Início	Conclusão	Predecessoras	Nomes de Recursos
1.1.2		Observação	2,5 meses	24-10-11	30-12-11		Artemiso Tavares
1.1.3		Reunião com Orientador	1 hr	07-11-11	07-11-11		Artemiso Tavares;Orientador
1.1.4		Reunião com Orientador	1 hr	14-11-11	14-11-11		Artemiso Tavares;Orientador
1.1.5		Reunião com Orientador	1 hr	28-11-11	28-11-11		Artemiso Tavares;Orientador
1.1.6		Reunião com Orientador	1 hr	12-12-11	12-12-11		Artemiso Tavares;Orientador
1.1.7		Reunião com Orientador	1 hr	09-01-12	09-01-12		Artemiso Tavares;Orientador
1.1.8		Reunião com Orientador	1 hr	30-01-12	30-01-12		Artemiso Tavares;Orientador
1.1.9		Reunião com Orientador	1 hr	06-02-12	06-02-12		Artemiso Tavares;Orientador
1.1.10		Reunião com Orientador	1 hr	20-02-12	20-02-12		Artemiso Tavares;Orientador
1.2		Fase 2	98 dias	14-11-11	28-03-12		
1.2.1		Revisão de Literatura	2 sems	14-11-11	25-11-11		Artemiso Tavares;Computador[1]
1.2.2		Recolha de Bibliografias	2 sems	15-11-11	28-11-11		Artemiso Tavares;Computador[1]
1.2.3		Revisão de Bibliografias/Referências	2,5 sems	29-11-11	15-12-11	15	Artemiso Tavares;Computador[1]
1.2.4		Sistematização/Categorização	2 meses	01-12-11	25-01-12		Artemiso Tavares;Computador[1]
1.2.5		Boas Práticas e Conclusões	2 meses	02-01-12	24-02-12		Artemiso Tavares;Computador[1]
1.2.6		Observatórios	1 mês	01-03-12	28-03-12		Artemiso Tavares;Computador[1]
1.3		Entregas Parciais	92,4 dias	24-10-11	29-02-12		
1.3.1		Entrega do Plano de trabalho	1 mês	02-01-12	27-01-12		Artemiso Tavares;Computador[1]
1.3.2		Entrega da 1ª versão do Projecto de Dissertação	4,62 meses	24-10-11	29-02-12		Artemiso Tavares;Computador[1]
1.4		Fase 3	41 dias	05-03-12	30-04-12		
1.4.1		Aplicação de Inquérito	1 mês	05-03-12	30-03-12		Artemiso Tavares
1.4.2		Recepção dos resultados	3 sems	02-04-12	20-04-12	24	Artemiso Tavares
1.4.3		Análise de Resultados	2 dias	27-04-12	30-04-12	25	Artemiso Tavares;Computador[1]
1.5		Fase 4	20 dias	01-05-12	28-05-12		
1.5.1		Escrita de Dissertação	1 mês	01-05-12	28-05-12		Artemiso Tavares;Computador[1]
1.6		Entrega Final	198 dias	01-05-12	31-01-13		
1.6.1		Entrega do Relatório de Dissertação	9,9 meses	01-05-12	31-01-13	28II	Artemiso Tavares;Computador[1]

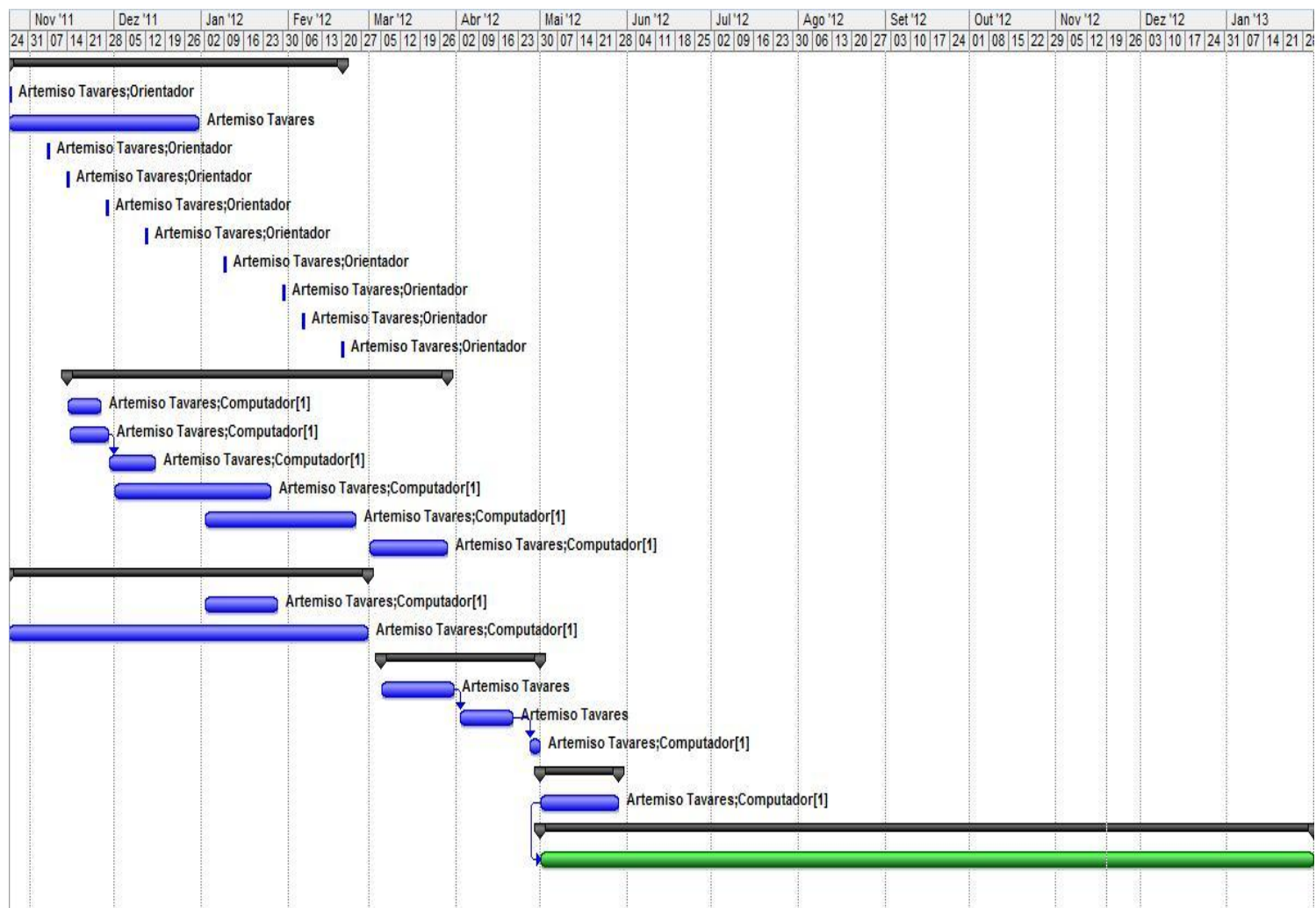


Figura 24: Gráfico de Gantt das Atividades do Projeto de Dissertação

ANEXO C – Carta de Questionário

Exmo.(a). Senhor(a),

Assunto: Inquérito para a caracterização da presença das Instituições do Ensino Superior na web social

Estou a desenvolver um trabalho de Mestrado sob o tema “**caracterização da presença das Instituições do Ensino Superior na web social**”, e, tendo encontrado este contacto (email) na web, gostaria de realizar um Questionário sobre esta temática, na perspectiva da utilização que é feita pela sua instituição.

Em matéria de confidencialidade asseguramos que toda a informação recolhida será utilizada exclusivamente para fins académicos no âmbito da dissertação de mestrado já anunciada, razão pela qual solicitamos a vossa colaboração na resposta das perguntas em anexo.

Gostaria de recolher as suas respostas logo que possível, preferencialmente ainda durante o mês de (indicar), pelo que agradeço antecipadamente que me comunique, para artimiso.tavares@gmail.com/artimiso@hotmail.com ou 965867633.

Ciente da atenção que o assunto decerto merecerá de V. Excia aproveitamos para lhe apresentar a expressão da nossa elevada estima e consideração.

O signatário,

Artemiso da Rosa Mendes Tavares

Questionário 1 – ESAD - Guimarães

1. Quais os propósitos da utilização institucional da (s) plataforma (s)?
O propósito principal é o de divulgar a escola, os seus cursos e iniciativas/actividades concretas ao longo do ano lectivo.
 2. Quem é o responsável pela monitorização (departamentos, órgãos)?
A administração dos conteúdos inseridos é realizada pela Direcção da escola, pelos directores de departamento e coordenadores de curso.
 3. Conta associada ao registo/exploração de presenças/utilização nas plataformas.
(Não percebi a pergunta)
 4. Que equipa de pessoas que fazem a exploração? (Enunciar o cargo desempenhado e a habilitação do mesmo).
Vide resposta à pergunta 2.
 5. Como é que a utilização é monitorizada?
Dado que o acesso à conta para inserção de conteúdos é restrita, não estão definidos procedimentos de monitorização da sua utilização.
 6. Que feedback ou retorno estão a ter?
Não dispomos de dados fiáveis para responder à pergunta; contudo, acreditamos que o recurso às redes sociais tem contribuído para uma maior visibilidade da escola.
 7. Qual o grau de satisfação com as tecnologias/plataformas utilizadas?
Elevado.
 8. Quais as próximas medidas que irão ser adotadas?
 9. Que planos de alterações das práticas correntes?
Não estão previstas quaisquer medidas ou planos de alteração da utilização das redes sociais. Pretende-se continuar a divulgar os cursos e actividades da escola, períodos de candidatura dos vários regimes de acesso ao ensino superior e informações afins, que promovam o conhecimento da instituição por um público mais amplo.
 10. Existe, na sua instituição, um manual de procedimentos interno para o uso das redes sociais?
Não existe qualquer manual de procedimentos.
-

Questionário 2 – ESAP - Matosinhos

1. Quais os propósitos da utilização institucional da (s) plataforma (s)?

Comunicação externa (comunidade, sociedade, país, futuros alunos, ex-alunos, respectivas famílias, profissionais das áreas das Artes e do Design...) e comunicação interna (alunos da ESAD, docentes, funcionários).

2. Quem é o responsável pela monitorização (departamentos, órgãos)?

Departamento de Projecto e Comunicação e Departamento Multimédia da ESAD.

3. Conta associada ao registo/exploração de presenças/utilização nas plataformas.

O vimeo e o flickr estão associados às contas pessoais dos responsáveis pela sua gestão e o facebook e o twitter também.

4. Que equipa de pessoas que fazem a exploração? (enunciar o cargo desempenhado e a formação académica do mesmo).

O vimeo e o flickr são geridos por um licenciado em artes digitais e multimédia e por um designer de comunicação, ambos formados na ESAD, e integrantes dos Departamentos Multimédia e Projecto e Comunicação o facebook e twitter são geridos por um licenciado em Comunicação Social, integrante do Departamento de Projecto e Comunicação.

5. Como é que a utilização é monitorizada?

O responsável pela utilização e actualização das plataformas reúne todas as funções relativamente a estas.

6. Que feedback ou retorno estão a ter?

É grande em todas as plataformas, sendo que no facebook o número de fãs cresce tranquilamente e “sozinho”, sem operações de angariação de público, estando actualmente nos 9.211 seguidores, enquanto que o vimeo e o flickr são utilizadas como base de trabalho, alimentando directamente o site da ESAD com vídeos e imagens, portanto mais como uma ferramenta, do que como uma estratégia de comunicação ou publicidade.

7. Qual o grau de satisfação com as tecnologias/plataformas utilizadas?

Respondido na questão anterior.

8. Quais as próximas medidas que irão ser adotadas?

Não temos.

9. Que planos de alterações das práticas correntes?

Não temos.

10. Existe, na sua instituição, um manual de procedimentos interno para o uso das redes sociais?

Não temos um manual de procedimentos. Mas temos algumas regras estabelecidas entre os gestores das plataformas. Por exemplo: o facebook divulga todos os eventos que são emitidos pelo site da ESAD, mas tem liberdade para difundir mais alguns, como projectos interessantes de alunos e ex-alunos ou o clipping da escola na imprensa, entre outras questões, sendo ponto-base fundamental que não se divulga por esta via nada que não seja actividade da escola ou participação directa da escola/alunos/docentes em eventos externos. Da mesma forma, o vimeo só recebe vídeos oficiais da escola, existindo um segundo vimeo para os trabalhos dos alunos, esse monitorizado por um professor da ESAD., coordenador do curso de Artes Digitais e Multimédia.

Questionário 3 – Universidade do Algarve

1. Quais os propósitos da utilização institucional da (s) plataforma (s)?

Permitir a monitorização, avaliação e desenvolver um acompanhamento diário e imediato com o público.

2. Quem é o responsável pela monitorização (departamentos, órgãos)?

O Gabinete de Comunicação é o responsável pela gestão das páginas oficiais no Facebook, Twitter e Youtube.

3. Conta associada ao registo/exploração de presenças/utilização nas plataformas.

A conta associada é a Institucional.

4. Que equipa de pessoas que fazem a exploração? (enunciar o cargo desempenhado e a formação académica do mesmo).

Equipa do Gabinete de Comunicação (duas técnicas superiores)

5. Como é que a utilização é monitorizada?

Todos os dias úteis, durante o horário funcional de trabalho.

6. Que feedback ou retorno estão a ter?

A UAlg está nas redes sociais desde 2011. O *feedback* tem sido gradual, mas bastante positivo.

7. Qual o grau de satisfação com as tecnologias/plataformas utilizadas?

O grau de satisfação está acima da média.

8. Quais as próximas medidas que irão ser adotadas?

Continuar a apostar adequadamente nos meios de comunicação disponíveis e estabelecer elos de proximidade e partilha.

9. Que planos de alterações das práticas correntes?

De momento não há nada definido.

10. Existe, na sua instituição, um manual de procedimentos interno para o uso das redes sociais?

Não.

Questionário 4 – Universidade da Beira Interior

1. Quais os propósitos da utilização institucional da (s) plataforma (s)?

Até há algum tempo atrás, verificava-se uma presença quase estática das organizações na Internet, que assentava exclusivamente em portais. As redes sociais vieram criar uma nova perspectiva de utilização dinâmica da informação, proporcionando outras ferramentas de comunicação organizacional e o desenvolvimento de estratégias de mobilização grupal de recursos em torno de interesses compartilhados. Tal facto traduziu-se num enorme salto qualitativo e quantitativo na informação disponibilizada, graças à chamada “propagação viral”, bem como num aumento notório da visibilidade da instituição no universo da Internet. A valorização da esfera de relações informais e a utilização da rede como veículo, a partir do universo de interações de cada indivíduo e da partilha dos seus interesses, permite aumentar o número de conexões, atingir novos públicos e, simultaneamente, gerar sentimentos de pertença a um determinado grupo e novas formas de mobilização. Conhecer as características das redes permite às organizações direccionar e adequar a partilha de informação, tornando-a mais profícua e eficaz – um processo de permanente aprendizagem e ajustamento, que, por sua vez, conduz à inovação.

2. Quem é o responsável pela monitorização (departamentos, órgãos)?

O sector responsável pela monitorização das redes sociais onde a UBI se encontra representada é o Gabinete de Comunicação e Imagem (GCI). No Facebook, paralelamente ao mural institucional da UBI, existem também páginas criadas por diversos sectores, como os Serviços de Acção Social, as faculdades, cursos, grupos de investigação, núcleos de estudantes e culturais, entre outros, onde são divulgados conteúdos diversos, à semelhança do que sucede com os blogues, nos quais a monitorização é da responsabilidade dos respectivos sectores.

3. Conta associada ao registo/exploração de presenças/utilização nas plataformas

As contas associadas às plataformas de redes sociais onde a UBI está representada como um todo estão afectas ao Gabinete de Comunicação e Imagem (gci@ubi.pt e webmaster@ubi.pt).

4. Que equipa de pessoas fazem a exploração?

A exploração das redes sociais é feita por dois a três membros do Gabinete de Comunicação e Imagem, com a seguinte composição:

- Coordenação: Técnica Superior (licenciatura em Línguas e Literaturas Modernas, Mestrado em Língua Cultura e Didáctica do Português e frequência de Doutoramento em Ciências da Comunicação).
- Técnico de Informática (licenciatura em Design Multimédia);
- Técnica Superior (licenciatura em Ciências da Comunicação).

5. Como é que a utilização é monitorizada?

A Universidade da Beira Interior está presente nas seguintes redes sociais: Facebook, Google + (inclui Google Reader, Google Profiles, etc.), Twitter, Flickr, Youtube e RSS. Além de replicarem as notícias e informações referentes à UBI divulgadas no portal, as redes sociais dispõem de conteúdos próprios, exclusivos em alguns casos, o que permite seleccionar o veículo mais adequado à informação e ao tipo de suporte em que é apresentada. O seu acompanhamento é feito diariamente, adicionando conteúdos e respondendo a questões/comentários colocados pelos utilizadores, quer no mural quer através de chat, no mais breve espaço de tempo.

6. Que feedback ou retorno estão a ter?

Por exemplo, a página institucional da UBI no Facebook, que está online deste Maio de 2009, já conta com mais de dez mil fãs e continua a crescer, o que dá nota da adesão e impacto que as redes sociais estão a ter na vivência quotidiana e diária da população estudantil e universitária.

Por outro lado, verificamos que as redes de relacionamento se estendem do plano organizacional para o plano pessoal e vice-versa, mas também de organização para

organização e de pessoa para pessoa, criando um vasto espaço de interacção que possibilita, em cada conexão e em cada partilha, o estabelecimento de contactos que proporcionam informações de carácter diverso, muitas vezes imprevisíveis e determinadas por interesses que, num dado momento, fazem mover essas redes, direccionando-as. Isto faz com que as redes sociais sejam um extraordinário motor de divulgação de todo o tipo de iniciativas, uma vez que potenciam largamente a comunicação num ambiente de proximidade e informalidade.

7. Qual o grau de satisfação com as tecnologias/plataformas utilizadas?

Tendo em consideração os resultados alcançados, o grau de satisfação é bastante elevado.

8. Quais as próximas medidas que irão ser adotadas?

Neste momento está em fase de elaboração um Manual do Utilizador das Redes Sociais da UBI. Os comentários dos utilizadores das redes sociais nem sempre são respeitadores e, ocasionalmente, chegam a provocar situações de crise, pelo que é recomendável criar regras de mediação, transparência e honestidade. A intenção é criar um documento breve e conciso para esse efeito, que possa ser consultado on-line nos diversos suportes.

9. Que planos de alterações das práticas correntes?

As redes sociais vieram para ficar e o crescimento do mercado de dispositivos móveis tenderá a reforçá-las ainda mais. Por isso, vamos continuar atentos às novidades que surjam, de forma a acompanhar as tendências no âmbito dos conteúdos e das configurações e, eventualmente, a aderir àquelas que o justifiquem. Nesta área, a grande regra é estar alerta para as mudanças e ser versátil.

10. Existe, na sua instituição, um manual de procedimentos interno para o uso das redes sociais?

Está em fase de elaboração.

Questionário 5 – Universidade da Beira Interior

1. Quais os propósitos da utilização institucional da (s) plataforma (s)?

A Universidade Católica – Braga procura, através das novas plataformas digitais, chegar a mais e diferentes públicos, com a consciência de que se tratam de poderosas ferramentas de divulgação de informação. E, tendo em conta o número de utilizadores das mesmas, será importante trabalhar, não só, mas também, com as novas ferramentas tecnológicas. Nesse sentido, e em termos práticos, servem para divulgação de oferta formativa, eventos (académicos e não só), concursos, ofertas de estágio/emprego, iniciativas de temáticas

interessantes no meio académico da UCP – Braga, atividades/trabalhos dos alunos, entre outro tipo de iniciativas.

2. Quem é o responsável pela monitorização (departamentos, órgãos)?

O departamento responsável pela sua monitorização é o Gabinete de Relações Públicas e Comunicação da Universidade Católica – Braga.

3. Conta associada ao registo/exploração de presenças/utilização nas plataformas.

(não percebo qual a pergunta...)

4. Que equipa de pessoas que fazem a exploração? (enunciar o cargo desempenhado e a formação académica do mesmo).

A equipa de pessoas é constituída pelo elemento responsável pelo Gabinete referido, a Mestre Catarina Carvalho, licenciada em Comunicação Social e Mestre em Ciências da Comunicação – Publicidade e Relações Públicas.

5. Como é que a utilização é monitorizada?

A utilização das plataformas é monitorizada através de um controlo diário dos movimentos dos participantes e pelo acompanhamento permanente da divulgação nessas plataformas.

6. Que feedback ou retorno estão a ter?

O feedback tem sido muito positivo. Tratam-se de ferramentas atualmente muito utilizadas e torna-se necessário, para a positiva comunicação de uma instituição, estar presente. Até porque os principais públicos passam por camadas mais jovens, utilizadores atentos e de destaque, que desta forma procuram e assim têm acesso à informação rápida e eficazmente, de acordo com as respostas que temos obtido. Verifica-se também que os utilizadores procuram essas plataformas para questionar e tirar dúvidas, em tempo real, o que facilita todo o processo de obtenção de informação. Em suma, são ferramentas de divulgação às quais os nossos utilizadores também já se habituaram.

7. Qual o grau de satisfação com as tecnologias/plataformas utilizadas?

Até ao momento, a nossa satisfação é muita, pois tem servido os propósitos da adesão às mesmas, embora achemos que algumas podiam ter características mais adaptáveis à área de atividade de ensino superior.

8. Quais as próximas medidas que irão ser adotadas?

Procuramos estar a par de novas tecnologias introduzidas e diferentes plataformas desenvolvidas, para que, de acordo com os nossos objetivos, possamos providenciar, sempre que possível, e a diferentes públicos, toda a informação sobre a instituição e as suas vantagens para os utilizadores.

9. Que planos de alterações das práticas correntes?

Pretendemos manter, para já, a atividade consoante é desenvolvida e procuraremos melhorar, diversificando a informação e alargando a outras plataformas.

10. Existe, na sua instituição, um manual de procedimentos interno para o uso das redes sociais?

Não.

Questionário 6 – Universidade da Madeira

1. Quais os propósitos da utilização institucional da (s) plataforma (s)?

Divulgar a oferta formativa disponível na Universidade da Madeira bem como todos os eventos/ iniciativas da universidade ou realizados através dela.

2. Quem é o responsável pela monitorização (departamentos, órgãos)?

O Gabinete de Imagem e Relações Públicas (GIRP)

3. Conta associada ao registo/exploração de presenças/utilização nas plataformas.

<http://www.facebook.com/UMaGIRP>

4. Que equipa de pessoas que fazem a exploração? (Enunciar o nome do responsável, o cargo desempenhado e a habilitação do mesmo).

Artur Quintal – Assessor de Comunicação - Mestrado

5. Como é que a utilização é monitorizada?

Número de publicações

6. Que feedback ou retorno estão a ter?

Positivo

7. Qual o grau de satisfação com as tecnologias/plataformas utilizadas?

Elevado

8. Quais as próximas medidas que irão ser adotadas?

Aumentar o número de seguidores

9. Que planos de alterações das práticas correntes?

Nada a assinalar

10. Existe, na sua instituição, um manual de procedimentos interno para o uso das redes sociais?

Não existe.

ANEXO D – Universidade Coimbra (Plataforma iTunes U)



ANEXO E – Universidade Lusófona (Plataforma iTunes U)



ANEXO F – Print screen das IES



Figura 25: IPAM – The Marketing School



Figura 26: Universidade da Beira Interior



Figura 27: Instituto Politécnico de Guarda



Figura 28: Instituto Politécnico de Beja



Figura 29: Instituto Superior de Ciências da Informação e da Administração

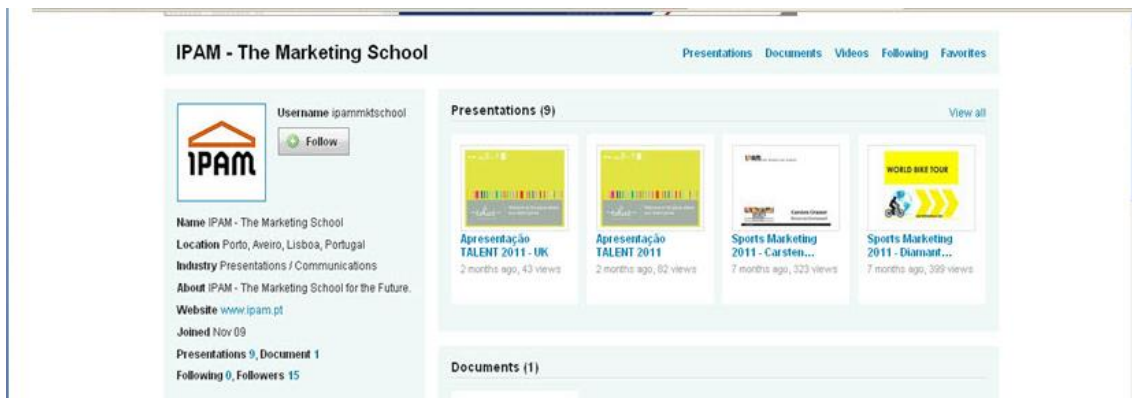


Figura 30: IPAM – The Marketing School

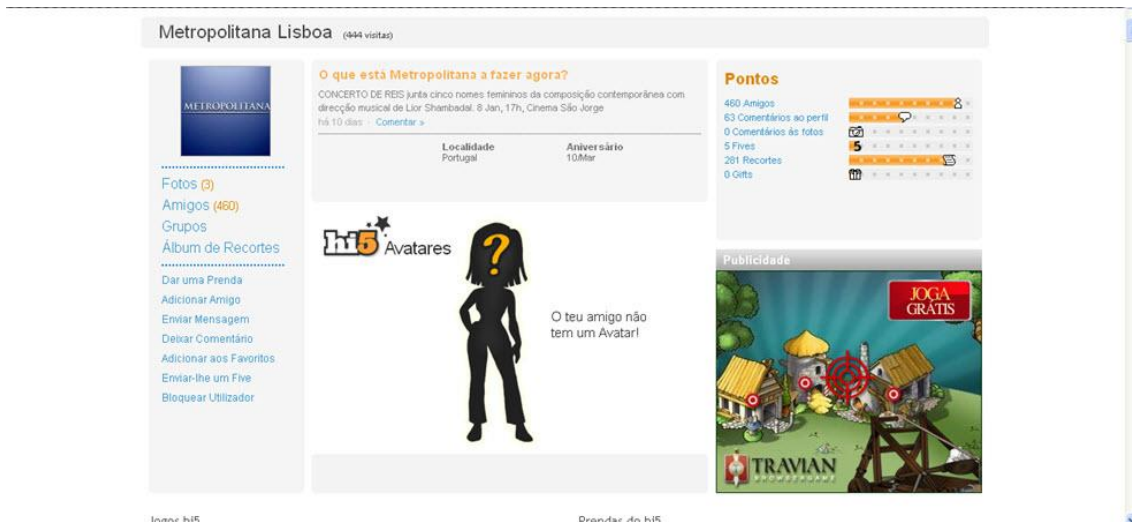


Figura 31: Academia Nacional Superior de Orquestra

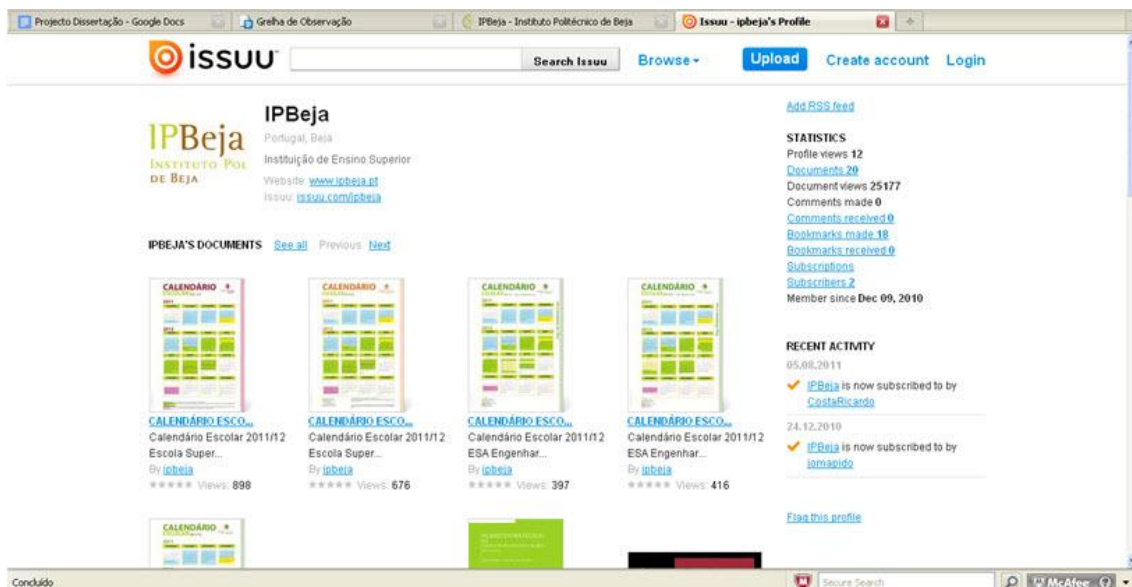


Figura 32: Instituto Politécnico de Beja

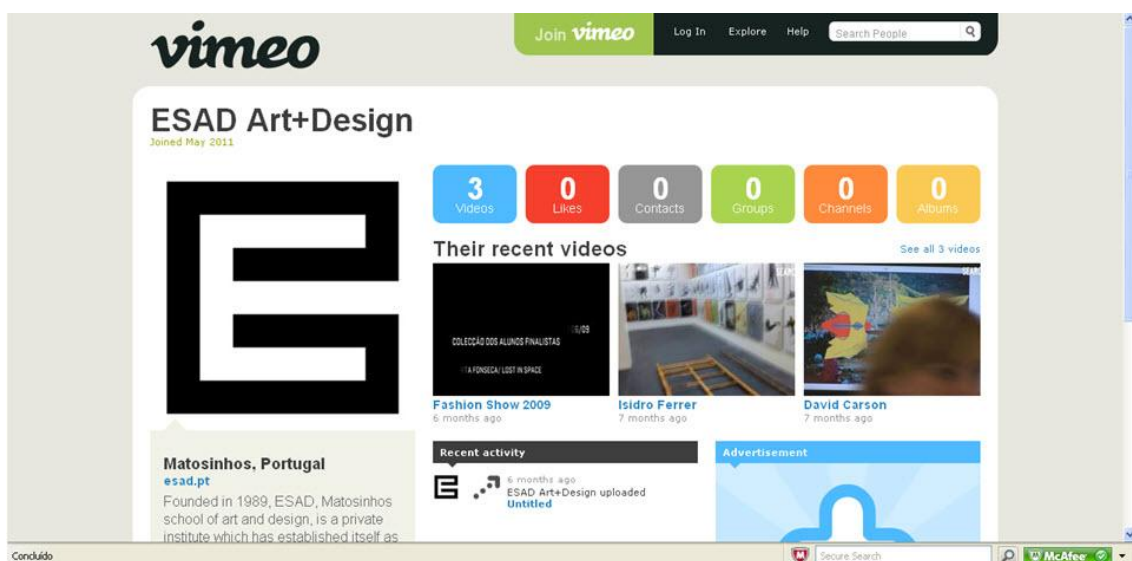


Figura 33: Escola Superior de Artes e Design



Figura 34: Universidade da Beira Interior

ANEXO G - Métricas de utilização de plataformas da web social

Instituição do Ensino Superior	Facebook	Youtube	Twitter	Flickr	Linkedin	Slideshare	Issuu	Vimeo	Hi5	Google +
		Data de registo # subscritores # visualizações # actividades recentes # número de vídeos	# tweets # seguindo # seguidores # listas	# Data de registo	# conexões # Seguidores # Data de registo	Data de registo # seguindo # seguidores # Apresentações # Documentos	Data de registo # visualizações # subscritores # actividade mais recente # visualização de perfil # documentos # marcadores	Data de registo # Vídeo # Gostos # Contactos	Amigos	Marcação da página # Círculos
ISCIA - Instituto Superior de Ciências da Informação e da Administração	719 Amigos	25/04/2010 12 3681 25/04/2010 47	2.582 150 85 1	-	12	Novembro de 2009 15 0 14 0	-	-	-	-

Instituto Superior de Entre Douro e Vouga	786 Gosto	-	69 9 27 0	-	-	-	-	-	-	-
Instituto Português de Administração de Marketing de Matosinhos (IPAM) – Aveiro	4511 Gosto	09/04/2008 44 13877 16/01/2011 27	230 1 223 7	Novembro de 2009	500	Novembro de 2009 0 15 9 1	-	-	-	-
Instituto Politécnico de Beja	Gosto	09/04/2010 51 20576 07/01/12	387 283 132 2	Julho de 2009	0	-	Dezembro de 2009 25177 2	-	-	-

		48353					05/08/2011 12 20 18			
Universidade do Minho	6392 Gosto	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Universidade Católica Portuguesa – Centro Regional de Braga	707 Gosto	21/06/2010 5 390 21/06/2010 2	-	-	-	-	-	-	-	-
Universidade de Lusíada de Vila Nova de Famalicão	1079 Gosto	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Instituto de Estudos	1016	-	25	-	-	-	-	-	-	-

Superiores de Fafe (IESF)	Amigos		48 36 0							
Escola Superior Artística do Porto (ESAP) – Guimarães	718 Amigos	10/05/2010 3 624 10/05/2010 23	-	-	-	-	-	-	-	-
Instituto Politécnico de Saúde do Norte	422 Gosto	-	13 33 17 0	-	-	-	-	-	-	-
Instituto Superior de Saúde do Alto Ave	498 Gosto	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Instituto Politécnico de	4320 Amigos	-	121 21	-	-	-	-	-	-	-

Bragança (IPB)			51 1							
Instituto Superior de Estudos Interculturais e Transdisciplinares - Mirandela	3671 Gosto	03/09/2010 3 1532 28/12/2011 16	43 7 20 1	-	-	-	-	-	-	-
Universidade da Beira Interior (UBI)	8897 Gosto	12/02/2010 35 9957 30/11/2011 51	823 935 1096 24	Janeiro de 2011	-	-	-	-	-	169 128
Universidade de Coimbra (UC)	3673 Gosto	13/12/2010 105 6022 131	1373 21 301 6	-	-	-	-	-	-	-

		12/12/2011 524								
Instituto Superior Miguel Torga (ISMT)	1062 Gosto		595 190 224 7	-	-	-	-	-	-	41 16
Escola Universitár ia das Artes de Coimbra (EUAC)	1005 Gosto	13/08/2009 3 2781 13/08/2009 2	-	-	-	-	-	-	-	-
Escola Universitár ia Vasco da Gama (EUVG)	2179 Gosto		-	-	-	-	-	-	-	-
Universida de do Algarve (UALg)										

Instituto Superior D. Afonso III (INUAF)	247 Gosto	-	-	-	0 2	-	-	Junho 2011 4 0 0	-	-
Instituto Superior Manuel Teixeira (ISMAT)	859 Gosto	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Instituto Politécnico de Guarda	2418 Amigos	17/03/2010 7 2359 21/11/2011 7	68 68 228 7	-	-	-	-	-	-	-
Universidade Católica Portuguesa (UCP) - Caldas da Rainha	5622 Gosto	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Instituto Superior de	1228	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Línguas e Administração de Leiria	Gosto									
Instituto Superior D. Dinis	181 Gosto	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Academia Nacional Superior da Orquestra	5233 Gosto	-	214 0 155 7	-	-	-	-	-	460	-
Escola do Serviço de Saúde Militar	16 Gosto	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Escola Superior de Artes Decorativas (ESAD)	4122 Gosto	-	102 0 236 10	Abril de 2011	-	-	-	Maio 2011 3 0 0	-	-
Escola Superior de Design	8040 Gosto	05/06/2011	62	Junho de 2010	500	-	-	-	-	-

(ESD)		81 17705 05/01/2012 26	0 169 3							
ESEAG										
Escola Superior de Educação de João de Deus	1073 Gosto	-	22 23 20 0	-	-	-	-	-	-	-
Escola Superior de Enfermagem S. Francisco das Misericórdias	479 Gosto	-	-	-	-	-	-	-	440	-
Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril	1362 Gosto	-	109 4 121	-	-	-	-	-	-	-

			3							
Escola Superior de Saúde do Alcoitão	419 Gosto	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ERISA										
Escola Superior de Tecnologias e Artes de Lisboa (ESTA)	1106 Gosto	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Instituto Português de Administração de Marketing de Lisboa (IPAM)	4537 Gosto	09/04/2008 45 14096 06/11/2011 27	230 1 225 8	Novembro de 2009	500	Novembro de 2009 0 15 9 1	-	-	-	-
Instituto Superior Autónomo de Estudos Politécnicos (IPA)	548 Gosto	15/07/2011 3 2870 26/07/2011	-	-	-	-	-	-	-	-

		6								
ISCAD										
Instituto Superior de Ciências Educativas	2622 Amigos	-	20 20 30 2	-	-	-	-	-	447	-
Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna	2347 Amigos	24/11/2009 23 17400 24/11/2009 5	-	-	-	-	-	-	-	-
Instituto Superior de Comunicação Empresarial	684 Amigos	-	-	-	500	-	-	-	-	-
Instituto Superior de Gestão										

Instituto Superior e Gestão Bancária	967 Amigos	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Instituto Superior de Línguas e Administração de Lisboa	8015 Gosto	-	868 464 400 9	-	13 de Maio de 2009	-	-	-	-	-
Instituto Superior de Novas Profissões	1165 Gosto 4995 Amigos	-	334 100 129 1	-	-	-	-	-	-	-
Instituto Universitário de Psicologia Aplicada	5658 Gosto	06/08/2010 38 8834 23/11/2011 21	100 85 76 0	-	500	-	-	-	-	-
Instituto Superior de Tecnologia	979 Amigos	-	6 0	-	-	-	-	-	-	-

s Avançadas de Lisboa			22 0							
Instituto Superior Politécnico do Oeste	313 Gosto	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Instituto Universitár io de Lisboa	5605 Gosto	16/10/2010 98 10724 16/01/2012 14	378 521 491 16	Dezembro de 2009	-	-	-	-	-	-
Universida de Aberta	-	-	318 0 223 7	-	-	-	-	-	-	-
Universida de Autónoma de Lisboa	4840 Gosto	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Universida de Católica	5757	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Portuguesa	Gosto									
Universidade de Lisboa	4394 Gosto	19/04/2010 23 14324 21/08/2011 28	804 0 173 2	Abril de 2010	-	-	-	-	-	-
Universidade de Lusófona de Humanidades e Tecnologias	8761 Gosto	-	920 698 774 22	-	2	-	-	-	-	-
Universidade Nova de Lisboa	-	18/02/2010 43 43536 16/01/2012 28	-	-	-	-	-	-	-	-
Universidade Técnica	-	06/03/2008	-	Maio de 2010	-	0	-	-	-	-

de Lisboa		2 7884 16/10/2012 51				0 18				
Instituto Politécnico de Portalegre	5314 Gosto	-	209 264 261 5	-	-	-	-	-	-	-
Universida de do Porto	20653 Gosto	-	466 1466 4783 138	-	-	-	-	-	-	-
Instituto Politécnico do Porto	4999 Amigos	20/01/2009 66 10241 09/01/2012 66	-	Janeiro de 2009	500	-	08/05/2009 84 10156 9 29 38	-	-	-

Universidade de Católica Portuguesa – Centro Regional do Porto	5537 Gosto	01/06/2010 29 16867 21/11/2011 53	-	-	0	-	-	Junho de 2010 25 0 0		12 15
Universidade de Lusófona do Porto	1933 Gosto	-	124 0 7 0	-	-	-	-	-	-	-
Instituto Superior Politécnico de Gaya	405 Gosto	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Escola Superior Artística do Porto	9 Gosto	-	3 0 3 0	-	-	-	-	-	-	-
Universidade de Lusíadas do Porto	393 Gosto	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Escola Superior de Enfermagem do Porto										
Instituto Superior de Ciências da Saúde - Norte	401 Gosto	-	13 33 18 0	-	-	-	-	-	-	-
Instituto Superior de Línguas e Administração de Vila Nova de Gaia	1084 Gosto	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Instituto Superior de Serviço Social do Porto	829 Gosto	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Escola Superior de Arte e Design	4180 Gosto	-	91 75 212	Abril de 2011	-	-	-	Maio de 2011 3		

			9					0 0		
Escola Superior de Educação Jean Piaget de Arcozelo	3686 Gosto	03/09/2010 3 845 03/09/2010 16	40 5 19 1	-	-	-	-	-	-	-
Escola Superior de Educação de Paula Frassinetti	940 Gosto	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Instituto de Estudos Superiores Financeiros e Fiscais - Porto	583 Gosto	25/03/2010 17 2281 25/03/2010 19	-	-	-	-	-	-	-	-
Instituto Superior de Administração e	697 Gosto	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Gestão										
Instituto Superior de Ciências Educativas de Felgueiras	2655 Amigos	-	20 20 29 2	-	-	-	-	-	447	-
Instituto Superior de Ciências Empresariais e do Turismo	889 Gosto	03/05/2009 37 12644 19/01/2012 130	236 193 75 0	-	1	-	-	-	-	-
Instituto Superior de Tecnologias Avançadas de Lisboa - Porto	986 Amigos	-	6 0 22 0	-	-	-	-	-	-	-
Instituto Politécnico de Santarém (IPS)	650 Gosto	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Instituto Politécnico de Tomar (IPT)	1378 Gosto	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Instituto Superior de Línguas e Administração de Santarém (ISLA)	837 Gosto	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Escola Superior de Educação de Torres Novas	3176 Amigos	-	6 0 8 0	-	-	-	-	-	32	-
Instituto Politécnico de Setúbal	1647 Gosto	08/10/2009 7 7964 25/01/2012 35	-	-	-	-	-	-	-	-
Universidade Nova de Lisboa	-	18/02/2010	-	-	-	-	-	-	-	-

(UNL)		42 44781 23/01/2012 138								
Instituto Politécnico de Viana do Castelo	1123 Gosto	25/09/2008 93 91581 17/01/2012 80	225 0 32 1	-	-	-	-	-	-	-
Escola Superior Gallaecia	384 Gosto	-	60 3 11 1	-	-	-	-	-	-	-
Universida de Católica Portuguesa (UCP) - Centro Regional das Beiras	80 Gosto	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Instituto Politécnico de Viseu (IPV)	3249 Gosto	16/06/2010 2 3096 18	-	-	-	-	-	-	-	-
--------------------------------------	------------	-------------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---

ANEXO H – Grelha de Observação

Instituição	Site	Facebook	Youtube	Twitter	Flickr	iTunesU	Slideshare	Linkedin	Issuu	Vimeo	Hi5	Google+
Universidade de Aveiro	http://www.ua.pt/	sim										
Instituto Superior de Ciências da Informação e da Administração	http://www.iscia.edu.pt /	sim	sim	sim			sim	sim				
Instituto Superior de Entre Douro e Vouga	http://www.isvouga.pt/	sim		sim								
Instituto Superior de Espinho	http://www.isesp.pt											

Escola Superior de Enfermagem da Cruz Vermelha Portuguesa de Oliveira de Azeméis	www.esenfcvpoa.eu/									
Instituto Português de Administração de Marketing de Matosinhos (IPAM) – Aveiro	http://www.ipam.pt/	sim	sim	sim	sim		sim	sim		
Instituto Politécnico de Beja (IPBeja)	https://www.ipbeja.pt/	sim	sim	sim	sim			sim	sim	
Universidade do Minho (UM)	http://www.uminho.pt/	sim								
Universidade Católica Portuguesa (UCP) - Centro Regional de Braga	www.braga.ucp.pt/	sim	sim							

Universidade Lusíada de Vila Nova de Famalicão	www.fam.ulusiada.pt/	sim			sim
Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (IPCA)	www.ipca.pt/				
Instituto de Estudos Superiores de Fafe (IESF)	www.iesfape.pt/	sim	sim	sim	
Escola Superior Artística do Porto (ESAP) - Guimarães	www.esap-gmr.com/	sim	sim		
Instituto Politécnico de Saúde do Norte	www.cespu.pt/	sim		sim	
Instituto Superior de Saúde do Alto Ave	www.isave.pt/	sim			
Instituto Politécnico de Bragança (IPB)	www.ipb.pt/	sim		sim	

Instituto Superior de Estudos Interculturais e Transdisciplinares - Mirandela	http://www.ipiaget.org/mirandela/	sim	sim	sim		
Instituto Superior de Línguas e Administração de Bragança	www.unisla.pt/					
Instituto Jean Piaget	http://www.ipiaget.org/	sim	sim	sim		
Universidade da Beira Interior (UBI)	www.ubi.pt/	sim	sim	sim	sim	sim
Instituto Politécnico de Castelo Branco (IPCB)	www.ipcb.pt/					
Universidade de Coimbra (UC)	www.uc.pt/	sim	sim	sim	sim	
Instituto Politécnico de Coimbra (IPC)	www.ipc.pt/		sim			
Escola Superior de Enfermagem de Coimbra (ESEnFC)	www.esenfc.pt/					

Instituto Superior Bissaya Barreto (ISBB)	www.isbb.pt/					
Instituto Superior Miguel Torga (ISMT)	www.ismt.pt/	sim		sim		sim
Escola Universitária das Artes de Coimbra (EUAC)	www.arca.pt/	sim	sim			
Escola Universitária Vasco da Gama (EUVG)	www.euvg.net/	sim				
Universidade de Évora (UE)	www.uevora.pt/					
Universidade do Algarve (UAlg)	www.ualg.pt/	sim		sim		
Instituto Superior D. Afonso III (INUAF)	www.inuaf-studia.pt/	sim			sim	sim
Instituto Superior Manuel Teixeira Gomes (ISMAT)	www.ismat.pt/	sim				
Escola Superior de Saúde Jean Piaget - Algarve	www.ipiaget.org/silves /	sim	sim	sim		

Instituto Politécnico da Guarda (IPG)	www.ipg.pt/	sim	sim	sim
Instituto Politécnico de Leiria (IPL)	www.ipleiria.pt/			
Universidade Católica Portuguesa (UCP) - Caldas da Rainha	www.esb.ucp.pt/	sim		
Instituto Superior de Línguas e Administração de Leiria	www.leiria.unisla.pt/	sim		
Instituto Superior D. Dinis	www.isdom.pt/	sim		
Academia da Força Aérea (AFA)	www.emfa.pt/afa/			
Academia Militar	www.academiamilitar.pt/			
Academia Nacional Superior de Orquestra	http://www.metropolitana.pt/	sim	sim	sim

Escola do Serviço de Saúde Militar	http://www.exercito.pt/	sim							
Escola Superior de Actividades Imobiliárias (ESAI)	www.esai.pt/								
Escola Superior de Artes Decorativas (ESAD)	http://www.esad.pt/	sim		sim	sim			sim	
Escola Superior de Design (ESD)	http://www.iade.pt/	sim	sim	sim	sim			sim	
Escola Superior de Educação de Almeida Garrett	www.esag.pt/	sim							
Escola Superior de Educação de João de Deus	www.esj-deus.edu.pt/	sim		sim					
Escola Superior de Educadores de Infância Maria Ulrich	www.esimu.pt/								
Escola Superior de Enfermagem de Lisboa	www.esel.pt/								
Escola Superior de Enfermagem S. Francisco das Misericórdias	www.esesfm.pt/	sim						sim	

Instituto Português de Administração de Marketing de Lisboa (IPAM)	www.ipam.pt	sim	sim	sim	sim	sim	sim	
Instituto Superior Autónomo de Estudos Politécnicos (IPA)	http://www.ipa.univ.pt /	sim	sim	sim				
Instituto Superior de Ciências da Administração (ISCA)	http://www.iscad.pt/	sim						
Instituto Superior de Ciências Educativas	www.isce.pt/	sim		sim				sim
Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna	www.iscpsi.pt/	sim	sim					
Instituto Superior de Comunicação Empresarial	www.iscem.pt/	sim					sim	
Instituto Superior de Educação e Ciências (ISEC)	www.universitas.pt/							
Instituto Superior de Gestão	www.isg.pt/	sim		sim				

Instituto Superior de Gestão Bancária	www.isgb.pt/	sim				
Instituto Superior de Línguas e Administração de Lisboa (ISLA)	www.isla.pt/	sim		sim		sim
Instituto Superior de Novas Profissões (ISNP)	www.inp.pt/	sim		sim		
ISPA - Instituto Universitário de Psicologia Aplicada (ISPA-IU)	www.ispa.pt/	sim	sim	sim		sim
Instituto Superior de Tecnologias Avançadas de Lisboa (ISTAL)	www.istec.pt/	sim		sim		
Instituto Superior Politécnico do Oeste (ISPO)	http://www.ispo.pt/	sim				
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE)	http://www.iscte-iul.pt/	sim	sim	sim	sim	
Universidade Aberta (UAb)	www.univ-ab.pt/			sim		
Universidade Atlântica (EIA)	www.uatlantica.pt/					

Escola Superior de Enfermagem de São José de Cluny	www.esesjcluny.pt/								
Instituto Superior de Administração e Línguas da Madeira (ISAL)	www.isal.pt/								
Instituto Politécnico de Portalegre	www.ipportalegre.pt/	sim		sim					
Universidade do Porto (UP)	www.up.pt/	sim		sim					
Instituto Politécnico do Porto (IPP)	www.ipp.pt/	sim	sim		sim		sim	sim	
Universidade Católica Portuguesa (UCP) - Centro Regional do Porto	www.porto.ucp.pt/	sim	sim				sim	sim	sim
Universidade Fernando Pessoa (UFP)	www.ufp.pt								
Universidade Lusófona do Porto	www.ulp.pt/	sim		sim			sim		

Instituto Superior Politécnico Gaya (ISPGaya)	www.ispgaya.pt/	sim			
Instituto Superior da Maia	www.ismai.pt/				
Escola Superior Artística do Porto (ESAP)	www.esap.pt/	sim	sim		sim
Universidade Portucalense Infante D. Henrique (UPT)	www.upt.pt/				
Universidade Lusíada do Porto	www.por.ulusiada.pt/	sim			
Escola Superior de Enfermagem do Porto	http://esep.pai.pt/	sim	sim		sim
Instituto Superior de Ciências da Saúde - Norte	www.cespu.pt/	sim	sim		
Instituto Superior de Educação e Trabalho	www.iset.pt/				
Instituto Superior de Línguas e Administração de Vila Nova de Gaia	www.gaia.unisla.pt/	sim			

Instituto Superior de Tecnologias Avançadas de Lisboa - Porto	www.istec.pt/	sim	sim	
Instituto Politécnico de Santarém (IPS)	www.ipsantarem.pt/	sim		
Instituto Politécnico de Tomar (IPT)	www.ipt.pt/	sim		
Instituto Superior de Línguas e Administração de Santarém (ISLA)	www.santarem.unisla.pt /	sim		
Escola Superior de Educação de Torres Novas	www.esetn.pt/	sim	sim	sim
Instituto Politécnico de Setúbal	www.ips.pt/	sim	sim	
Universidade Nova de Lisboa (UNL)	www.unl.pt/		sim	
Escola Naval	escolanaval.marinha.pt/			

Instituto Superior de Ciências da Saúde Egas Moniz	www.egasmoniz.edu.pt /				
Instituto Superior de Estudos Interculturais e Transdisciplinares - Almada	www.ipiaget.org/almada/	sim	sim	sim	
Instituto Superior de Estudos Interculturais e Transdisciplinares - Santo André	www.ipiaget.org/santo-andre/	sim	sim	sim	
Escola Superior de Educação Jean Piaget de Almada	www.ipiaget.org/	sim	sim	sim	
Instituto Politécnico de Viana do Castelo	www.ipv.pt/	sim	sim	sim	
Escola Superior Gallaecia	www.esg.pt/	sim		sim	sim
Universidade Fernando Pessoa (UFP) - Ponte de Lima	www.ufp.pt				

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD)	www.utad.pt/				
Escola Superior de Enfermagem Dr. José Timóteo Montalvão Machado	www.eschaves.pt/				
Universidade Católica Portuguesa (UCP) - Centro Regional das Beiras	www.crb.ucp.pt	sim			
Instituto Politécnico de Viseu (IPV)	www.ipv.pt/	sim	sim		
Instituto Superior de Estudos Interculturais e Transdisciplinares - Viseu	www.ipiaget.org/viseu/	sim	sim	sim	
Escola Superior de Educação Jean Piaget de Arcozelo - Viseu	www.ipiaget.org/	sim	sim	sim	

Escola Superior de Saúde Jean Piaget	www.ipiaget.org/	sim	sim	sim